

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	タクシー運転手	販売量の動き	・毎日の売上は以前と変わらず、むしろ少し良くなっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・10月は好景気であったが一過性のものであり、今月は商品の動きが止まっている。客の冬物商品に対する購買意欲は今一つである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・今年初めて開催したイベントが要因となって来客数が大幅に伸びているが、商品単価は下がっている。景気回復という実感はない。
		都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・大型宴会場の一部リニューアルに伴い、宴会部門は婚礼の受注増などにより増収となっている。ただし、個人客中心のレストラン、個人客の宿泊などについては減収となっており、総合的にみればやや良くなっているという状況である。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数が前年を上回り、4月から停滞傾向だった客の動きが良くなりつつある。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前より来客数が伸びている。また、新しい自宅用のシャンプーを導入したところ、販売量がかなり増加している。
	変わらない	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・販売量、販売単価共に堅調であり、前年同期を5%ほど上回って推移している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・寒さを迎える時期であるが、前年と比較して、衣料品にしても生活雑貨にしても動きが今一つであるとの声を聞く。飲食関係においても単価下落は続いているようである。ただし、前年は地元プロ野球球団の効果があつたため、消費税増税の影響だけとはいえない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街を歩いている人が少ない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・8月下旬の長雨以降、消費動向が盛り上がらないまま年末を迎えそうである。特に買い回り品については、購入に慎重な態度がうかがえる。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・政府が発表する数字と、地方の実態経済で感じている消費者心理の間には大きなギャップがある。また、消費税増税、燃料その他の価格高騰もあり消費者心理が上向きになっていない。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	単価の動き	・個人客の消費の動きが非常に悪い。前にも増して不要なものは購入しなくなっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・売上が前年比105%となっている。ただし、3か月前も良かったため状況は変わらない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前の8月と比較して、客単価は低下しているものの、来客数の増加でカバーしており、全体として横ばいを維持している。8月は消費税増税後の落ち込みから大きく回復した月である。この11月もその水準を維持したことから、消費税増税の影響は脱したという評価に変わりはない。		
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は前年並みであるが、目的買いが多く購買数が少ない。生活防衛型のスタイルが定番化されている。		
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・このところ、価格よりも商品の価値によって客の購買基準が決まる傾向が続いている。そのため、安くすれば売れるというわけではなく客単価が上がらない状況である。		
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前年の地元プロ野球球団優勝セールとの反動により、今月の売上は前年を下回っている。しかし、それを除くと衣料品やお歳暮の受注などは堅調に推移しており、景気自体の落ち込みはみられない。		
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・買い回り品の動きが鈍い。		
百貨店（買付担当）	お客様の様子	・顧客の冬物の動きは良いものの、フリー客の動きはあまり良くない。		

百貨店（売場担当）	来客数の動き	・来客数は前年より上回っているものの、フリー客の伸び悩みがずっと続いている。顧客の客単価は上昇し売上も増加しているが、新規顧客の獲得ができずに足踏みをしている。当社クレジットカードの獲得数も前年割れの状況が何か月も続き、回復の傾向はみられていない。今季で国内ライセンス契約の切れるブランドは絶好調であるが、そういった予見があるブランド以外は相変わらず厳しい冬物商戦となりそうである。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・高級時計や耐久消費財などの高額商材は低調な推移であり、季節商材アイテムもその売上をカバーするには至っていない。主要顧客層となるシニア、シルバー層の購買動向は引き続き鈍いままである。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・コート類の動きが鈍いなど冬物の衣料品の動きは全体的に低調である。また、高額商材に対する動きも依然として低調である。さらに、来客数も減少傾向が続いていることに加えて買上率も低調であり、客の慎重な買い方に変化はない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・11月は販促強化で消費喚起に努めている。そのため、1品平均単価、来客数、買上点数が前月並みとなり、売上はなんとか前年比プラスとなっている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比がマイナス5～6%のトレンドに変化がない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税率10%への引上げの先送りによる来客数、客単価の回復を期待したが、効果はみられていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・クリスマス商戦、年末年始へ向かって上昇していく気配がない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・歳暮商戦の出足が鈍く低調である。
衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年比90%の状態が数か月続いており、買上点数を増加させても前年未達の状態である。全体的に消費者に購買意欲がみられない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数がなかなか戻らない状況に変化はない。
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が続いている。また、消費税増税や物価高に対して所得の増加が追い付いていないため、消費に慎重な様子が見える。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・世の中の予想では消費税増税から6か月くらいで景気が戻るとされていたが、現在でもなかなか販売量は伸びていない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・ここ2～3か月、土日の来客数がかなり少ない。他のメーカーでも当社と変わらない様子である。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・客単価は若干上がっているものの、8月以降はなかなか来客数が伸びない状況が続いている。まだまだ耐久消費財が回復するような兆しはみえない。
住関連専門店（経営者）	単価の動き	・消費税増税以来、客が金銭的に非常にシビアになっており、安いものを求める傾向にある。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	単価の動き	・秋口になり、部分的に仕入単価を値上げする業者が目立ち始めている。そのため、販売価格と仕入価格のバランスが悪くなり市場も厳しくなっている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・降雪、積雪がなく、長靴やスノーレーニングシューズなどの冬物商品が売れない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・色々な業種の事業所を訪問しているが、売上が伸びて受注量が増えたという話は全く聞かない。また、当社への注文も減少している。労働人口が減少していることも影響しているのではないかと。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・石油製品価格の高止まりがやや緩和されたとはいえ、まだまだ高値感があり消費者の節約志向に変化はない。冬物商品も高額商材が敬遠され、また、従来の購入先以外にインターネット上の商品価格が顧客の購入時の比較対象になっており、販売価格が低下してきている。そのため総じて収益が減少し続けている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・販売価格の変動や天候の変化など様々な要因があるものの、販売量の前年比に変化はみられない。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は下げ止まりの悪い状態のままで停滞している。また、忘年会でもあまり良い受注はない。これから特に総選挙もあるので、あまり良くなる要因は見当たらない。

一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・販売量の動きをみても特に変動はない。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は前半がとても悪かったものの、後半になり大口の宴会などが入ったため、結果としてはやや良いという状況である。ただし、客からは良い話は聞かれない。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・我々の業界は休日が多いほど有利である。しかし、今月は祝休日が12日もあった割には団体客が少なくその分を個人客で補っているため、宿泊人数はあまり伸びていない。	
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・今年の紅葉は色づき始めるのが1週間から10日ほど早く、11月の前半でほぼ終わってしまったため、紅葉目当ての来客数が減少する時期が早まった。そのため、中旬以降は平日の予約が大幅に減り始めており、12月の予約状況では休日は満室であるが平日はがらといういつものパターンに戻っている。	
観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・11月終わりまでの大型団体旅行があり、集客は順調である。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・アフターデスティネーションキャンペーンにおいて、当地への来訪者はそれほど多くなかった。新幹線の稼働率はそれほど落ちてはいないようであるが、街が人でにぎわっておらず客が宴会をしてくれないため、全体的に冷たい雰囲気となっている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊、一般宴会、婚礼共に好調な月である。レストランは前年並みとなっているが、クリスマスディナー、ディナーショー、おせちの予約状況は前年と比較して少し落ち込んでいるようである。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・円安の影響が客に表れ始めており、海外旅行が極端に少なくなっている。そのため、少し景気が良くない感じの販売量となっている。	
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・客は購入金額、商品内容を慎重に検討している。また、高額商材の売上も減少している。	
タクシー運転手	お客様の様子	・総選挙が始まることで、ますます入出も客足も少なくなっている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・消費税増税、円安、物価高、天候不順による不安材料と、突然の総選挙という政治不安定がますます消費低迷につながっており、消費者は節約意識が高くなり購買を控えている。また、賃金上昇も地方は蚊帳の外であり、景況感に陰りを感じている現状は変わらない。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・10月以降各種物資の値上げがあり、アベノミクスの効果をみても国内総生産は2期連続で低迷している。一時期は景気改善との報道があったがやはりそうではない。	
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	・新規加入客数は増加しているが、これまで減少傾向にあった解約客数がやや増加しており、トータルで見るとほとんど変化はない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・建設業以外の顧客は相変わらず経費削減要求が高く、売上も伸びていない。	
遊園地(経営者)	来客数の動き	・比較的気温が高く3連休は2回とも天候が崩れずにすんだ。また、イベントも奏功しており、来客数は前年より20%の増加となり順調である。ただし、税抜き単価は弱含んでいる。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・引き続き再来店率が前年比95%で推移している。4月ごろから前年比ベースはほぼ横ばいの状態が続いている。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・受注残はあるものの宅地の販売数が停滞しており、全体的にみて売上は伸びていない。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・今年4月の消費税増税の影響がいまだに残っており消費の停滞を招いている。また、今年はまだ雪が降っておらず、例年冬場に入り雪が降ると売れる靴、コート関連の需要が減少している状況である。
	一般小売店[カメラ](店長)	販売量の動き	・高額商材の動きが鈍く売上額の回復が全くみられない。また低価格商材の販売量も鈍くなっている。
	百貨店(経営者)	販売量の動き	・物産展の買上単価が下がっている。消費税増税以降の回復基調から一転して生活防衛意識が高まっているようである。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・既存店の来客数が微減しており、客単価も下降傾向である。

スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の伸び率より売上の伸び率が悪い状況である。買上点数が減少傾向にあり、客は必要なもの以外は買わない生活防衛型の消費になっている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数はほぼ前年並みであるものの買上点数は減少している。消費者が必要なものしか買わない状況が続いている。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・前月と同じく、来客数、買上点数共に既存店で下回っている。また、競合各社もばらつきはあるものの同様の傾向がみられている。消費税増税後8か月が経過しているが、地方では景気が良くなっているという実感は全くない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月は続けて2回の販促セールを行った。しかし、セール中は来客数が増加したものの、終了と同時に減少している。また、今月は販促セールの効果で買上点数は増加したが、1か月間のトータルでみると売上増加とまではならなかった。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は前年比100%を維持しているが、来客数が前年比90%まで落ち込んでいる。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・当社のブランド力が低下しており、既存店、新店共に売上が悪い。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が全く回復しておらず、回復する兆しもみえない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・消費税率10%への引上げが先送りされたものの、将来に対する不安と今年の景気の悪さから、更に買い控えが進んでいる。お金を使わないようなムードが顕著に表れている。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・県全体でコンビニの売上前年比が落ち込んでおり、複数経営している当店でも半分の店舗で今月に入り売上の前年比が5～7%減少している。競合店や周囲の状況に変化はなく、客の購買意欲が落ちていることがうかがえる。また、価格競争ではコンビニよりスーパーやドラッグストアへの需要が高まってきているのではないだろうか。
コンビニ（店長）	単価の動き	・冬期を目前に控え、暖房費や光熱費の支出からか客の購買力が弱くなっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・11月は冬物衣料の実需期にもかかわらず、売上の中心になるコートやニットが売れていない。持っているもので済ませるといった客の声が圧倒的に多い。
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・寒くなっても季節商材であるビジネスコート、カジュアルの防寒着が全く売れていない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・全体的に電化製品の単価が下落している。そのなかでも単価の高い冷蔵庫、エアコン、テレビの売上が前年比90%前後となっている。比較的、消費税増税による消費の落ち込みは終わっているとみているが、客の mindset は景気に対する不安感が根強い。
家電量販店（従業員）	来客数の動き	・来客数が増える見込みでいたが、結果として前年比約80%となっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・9～10月は前年比100%を確保していた受注量が、11月に入り前年比70%程度に減少している。また、少しでも安いものを求める客が多く、他社との競合も激しいことから、確保粗利も下降傾向にある。中古車のオークションでは、玉不足と海外からの引き合いが多く、高年式の高額車の売行きが良い。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・米価の急落により、農村部の財布のひもが硬直化している。
乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・通常なら数年サイクルで代替えしていた固定客すらも、一旦は修理に出して直すなどしており、消費行動の低下がみられている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・今月中旬までは前年並みであった売上が、総選挙などの動きが出てきて以降は減速している。この状況は来月前半まで続くのではないかとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今月は販売量、客単価共に悪い。元々人が動かない月であることに加えて、地方にも景気上昇の波が来るという期待にも閉塞感があるなか、景気のより一層の低迷には、円安や物価上昇などの要因が大きく関わっている。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・会社関係の利用が減ってきている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は忘年会のシーズンであり、1～2か月前よりは上向くとみているものの、やはり来客数の動きは鈍いようである。

	観光型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・連休、週末はほぼ繁忙期並みの単価で販売している。しかし、特にウィークデイの団体客については、低めの予算でないと販売できない状況が常態化している。それにより、売上目標が達成できずに前年割れとなっている。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・4月の消費税増税以降、レストラン、婚礼、宿泊などの個人消費部門の売上は前年割れが続いているが、今月はさらに悪化している。
	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・レストラン、デリカ部門で1人当たりの販売単価が前年より下回っている。また、宿泊に関しては1人当たりの販売価格が前年比を大幅に下回っている。例年に比べて来客数に大幅な変化はないが、販売単価の低下が数か月を通して止まらない状況である。
	旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・円安の影響もあり、海外旅行の個人需要が縮小傾向である。
	タクシー運転手	来客数の動き	・昼夜を問わず客の数が非常に少なく、特に夜はほとんど人通りがない状況が続いている。客も少しでも安いタクシーに乗ろうと、車を選んでいる様子がかげえる。
	観光名所(職 員)	来客数の動き	・3か月前は順調だった乗船客数、来客数が、ここに来て予約客、フリー客共に落ち込んできている。
	観光名所(職 員)	来客数の動き	・今月は三連休が2回あったが、前半の三連休の天候が思わしくなく来客数が少なく、終盤までその減少分を取り戻せていない。
	美容室(経営 者)	来客数の動き	・パーマやカラーリングの施術料金を値上げしたり、エステ商品を税込価格で表示していると、結構高いという客が多く来客数は減る一方である。毎年ボーナスでエステやカラーリングをしていた客も、今年はそんな余裕がないと言っている。地方での景気回復はまだまだのようである。
	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・なかなか新しい仕事が決まらない状況が続いており、仕事が途切れそうところまできている。
悪く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・今月は本当に悪く明らかに景気が下降している。物価が上昇しているにもかかわらず収入が変わらないのでは、少なくとも3%の増税分は日常生活のなかで重荷になっている。そのため、消費行動は非常に鈍い。しかも、総理による大都市や大企業の好景気発言があり、これは庶民の神経を逆なでしているのではないか。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	競争相手の様子	・繁華街の状況は非常に悪く、当店も前年比マイナス10%ほどになっている。このようなことは今までになく、景気が非常に悪くなっている証拠ではないか。また、近所にある同規模同業者が2件も廃業しており、異常な状態となっている。
	スーパー(経営 者)	お客様の様子	・収入が増えない状況のなかで、商品の値上げなどが更に進み、買い控えの動きがみられる。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・この時期にしては年内駆け込みの注文縫製販売の仕事が少なく、修理の客も少ない。
	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・秋冬物の本番を迎えているが、コートなどの単価の高い物の動きが悪く売上が厳しい。今月に入って急に厳しくなっている。
	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・主力の商品であるスーツ、コートを目的とした来客数が例年と比べて激減しており、客足が遠のいていることを実感している。
	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・例年に比べて売上が非常に悪い。また、前年の除雪車の稼働が少なかったためメンテナンス費用も減少しており、該当部門の売上も例年より極端に減少している。車検はエコカー減税の影響がまだまだ色濃く、一台辺りの単価は極端に少なくなっている。
	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・前年比で落ち込んでいる売上の落ち込み幅が前月よりも増加している。いつも選挙の時期は悪影響がある。
	その他専門店 [食品](経営 者)	販売量の動き	・総選挙が急に決まったことによる贈答用の商品の買い控えもあるのか、年末の繁忙期に向けて販売量が増加していく時期であるにもかかわらず、一向に増えていかない。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年同時期の様子と比べても今年の秋は非常に苦戦している。なんとなく景気が悪いというマインドに支配されており、レストランに行こうという雰囲気完全に失われている。会員向けにおこなっている賞味会の来客数も前年より半減しており、大変厳しい方向に向かっている。また、材料費も高く困っている。

		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・消費税も含めて必要な経費が収入を上回っている家庭が多くなっているなかで、更に政治が安定しない世の中になり、ますます出費を最低限に留める家庭が多くなっていることが、最近の一般的な景気下降の要因ではないか。また、ある程度の収入のある客も節約気味になっている。
企業 動向 関連 (東北)	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	建設業(従業員) 建設業(企画担当)	競争相手の様子 受注価格や販売 価格の動き	・被災自治体や中央官庁から発注されている大型復興 工事の受注が確定しつつある。 ・仕事の量的問題から競争が緩和されて、適正価格で の受注が続いている。
	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	・ふじりんごの年末贈答用の注文数は前年並みである ものの、震災前の数字には届いていない。
		農林水産業(従 業者)	それ以外	・周囲からは、米価の急激な下落により農家を廃業せ ざるをえないという悲壮な話も聞こえてきている。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・前年同月比でも来客数に特に変化はない。前年は地 元プロ野球球団の盛り上がりで当地域が注目されたが それもなくなり厳しい。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・前年の特注が減った分マイナス傾向にある。お歳暮 は順調に推移しているが、12月に総選挙に突入した後 の落ち込みを心配している。
		繊維工業(経営 者)	取引先の様子	・消費税増税後の買い控えがいまだ続いている。
		木材木製品製造 業(経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・住宅部材の価格転嫁が進まず、収益状況が悪い。
		出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・前年と比較するとやや鈍っている感があるものの、 選挙の仕事が入ったことでカバーできている。
		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か月間の売上は前年並みで推移している。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量及び販売量の変化が小さい。安定していると いえなくもないが、精密電子部品業界の業績の鈍化の 一面なのかもしれない。
		輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・物量の横ばい状態が続いている。
		通信業(営業担 当)	取引先の様子	・先行きに対する不透明感を持ち続ける顧客もあり、 新規契約、契約継続には冷ややかな反応を隠していな い。
		通信業(営業担 当)	取引先の様子	・取引の状況に変化はない。
		金融業(営業担 当)	取引先の様子	・不動産が動いている。また、個人顧客の預かり資産 商品の購入が伸びている。
		金融業(広報担 当)	取引先の様子	・売上の良い会社と悪い会社が半々である。
	広告代理店(経 営者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注価格の下落率は更に下がっており、価格を下げ なければ受注できない方程式が続いている。	
	公認会計士	取引先の様子	・建設業は売上、利益共に若干落ち込みがちである。 ただし、小売業関係は売上などが持ち直しつつある。	
	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	・首都圏向け、県内向け共に出荷量はまずまずの数字 である。飲食店向けの出荷が伸び悩むも、百貨店など へのギフト商材については、お歳暮の早割り受付など の影響もあり好調である。	
	その他企業[工 場施設管理] (従業員)	取引先の様子	・状況は比較的安定している。	
	やや悪く 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	・好調であった1~2か月前と違い、今月は販売計画 を達成できそうにない。
		食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・東北地方での販売不振が原因で、販売量の前年割れ が続いている。
		土石製品製造販 売(従業員)	取引先の様子	・新規発注工事がどんどん出ている。しかし、受注価 格を安く見直して欲しいという取引先業者からの要望 により、厳しい工事価格で請け負っている状態であ 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、自動車販売の国内需要については消 費税増税後の反動減からの戻りが非常に悪くなってい る。また、輸出環境についても新興国経済に陰りが出 ておりそ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	・受注量が停滞しているものづくり中小企業が多く見 受けられる。

	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ある程度の来客数や問い合わせはあるものの、なかなか契約には繋がらずに延期が増えている。	
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・各企業が、景気後退を理由に通信費の削減をおこなっている。	
	広告業協会（役員）	それ以外	・新聞、テレビはナショナルスポンサーの出稿で前年をクリアしているが、ラジオ、折込広告、交通広告などは地元からの出稿が少なく苦戦している。特に今月の折込広告は、今年に入ってからもっとも大きな落ち込みとなっている。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月以降からは受注量などの動きが鈍化傾向にある。また、ペースが遅く先の見通しは厳しい状況である。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・米価の大幅な下落により、稲作農家主体の地域では、集落全体に波及した生活防衛ムードが各方面に影響している。	
	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	・3か月前と比べるとやや悪い状況が続いており、販売量、受注量共に前年比で2～3%ほど落ち込んでいる。周辺の商店もほとんど客足が遠のいているのが現状である。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・沿岸部は別として、内陸部における住宅建築受注数の前年割れが続いている。消費税増税の影響がこんなに長引くとは予想しなかったと語る取引先が多い。	
	悪くなっている	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き ・震災関連の仕事をしている一部の企業は景気が良い状況にあるが、その他の企業は最悪の状態にあると顧客から多く聞くようになっている。	
雇用 関連 (東北)	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	アウトソーシング企業（社員）	それ以外 ・会議が多くなっているようであり、仕事が増えている。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き ・建設業、製造業、サービス業などの主要産業で求人数の増加傾向が続いている。新規求人数は2か月連続で4,000人台となっており、ここ10年間で最も良い状況となっている。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	それ以外	・外食産業、塾の講師、販売員の募集に対する応募者数が、3か月前と比べて少なくなっている。企業の景気が良くなり、不人気業種に人が集まらない。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規派遣登録者数の伸びが悪く、需要と供給のバランスが悪い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・3か月前に比べると、求人広告の数字は上がっているものの、前年比はほぼ同じ数字である。雇用形態に関しては県外勤務地の求人が多い。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人数は増加傾向にあるものの、非正規雇用の割合が高い。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者は前年同月比で2けたの減少となっている。また、求人数も高止まりが続いており、求人倍率は1.1倍を超えている。ただし、景気が良いというよりも、求職者数の減少が求人倍率を上げている状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は常用求人である若干の減少傾向がみられたが、求人倍率は引き続き1.3倍台で推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前よりもわずかに増加しているが、これは、人の確保に時間がかかる企業が例年よりも前倒しにして求人を申し込んでいるためである。また、これから繁忙期を迎えるため、契約期間を定めた臨時求人やパートの求人が多くなっている。ただし、長い常用雇用を目指す求人はあまり増えておらず、状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数、求職者数共に前年同月比で微減しており、有効求人倍率は11か月ぶりに1倍台となっている。ただし、その11か月の間も0.8後半～0.9倍台で推移している。そのため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	民間職業紹介機関（職員）	雇用形態の様子	・相変わらず求人が震災復興、介護福祉、物流の関連事業に集中しており、雇用形態に偏りがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税増税がボディーブローのように効いている。さらに、原料高、人件費高があり被災地の中小企業にとっては大きな痛手となっている。そのため、求人数が最近特に激減している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・景気の先行きに不透明感を感じ始めているため、採用意欲が減退気味の企業が増えている。

	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・期間従業員など首都圏からの求人は堅調であるが、地元の個人消費が伸びていない。中央と地方の景気の格差があるのではないか。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が3か月連続で前年同月を下回っており、求人倍率も前月を下回っている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・今年度はずっと前年比マイナスであった新規求職申込数が増加傾向となり、今月に入り初めてプラスに転じている。
悪く なっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規の派遣登録者の減少が続いている。そのため、注文に対する引当率も低迷しており、10月の売上実績は前年比13%のマイナスとなっている。