

## 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	良く なっている	一般レストラン （経営者）	単価の動き	・客単価が3か月前と比べ3～4%上がっている。
		一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・売上はもちろんのこと、単価、来客数のいずれも伸びている。
(東北)	やや良く なっている	百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・地元プロ野球球団の優勝セール効果が大きい。また、11月に入り防寒衣料が気温の低下とともに良くなってきている。一部、輸入商品の値上げ等があったが、高額商品の好調さは継続している。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・今月は地元プロ野球球団の優勝セールや優勝パレードの影響もあり、セールを中心に売上が伸びている。消費者は何かの購買動機があれば積極的に購入するという流れは続いている。ただし、気温がなかなか下がらないために、基幹アイテムであるコートの売行きが伸び悩むなど一部商品で前年を下回っているものもある。
		百貨店（経営 者）	販売量の動き	・前月まで前年実績をかなり割り込んでいたが、今月より回復の兆しが出てきている。
		スーパー（経営 者）	来客数の動き	・単価の上昇は野菜や肉といった生鮮がけん引している。天候も安定している。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・客単価が前年比で110%となっている。
		コンビニ（エリ ア担当）	競争相手の様子	・競争店出店の際の提示賃料が上昇している。
		家電量販店（店 長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要をそろそろ実感したいところだが、まだ発生していない。また、年末に近づいての需要も例年より遅れているようである。寒さも遅かったためか、暖房需要等の季節商材も出遅れ気味である。冷蔵庫や洗濯機などの白物家電は好調が継続しているが、期待の4Kテレビなど、テレビ部門は盛り上がり欠け、前年を少し上回ってはいるものの、まだまだ期待したほどにはなっていない。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・各企業の上期業績回復によって、冬のボーナスも改善傾向にあり、新型エコカーの投入もある。そして、消費税増税前の駆け込み需要も徐々に顕在化し始め、来場者数も増え、受注も順調に伸びている。ただし、販売面ではハイブリッド車の供給不足で登録できず、前年割れと苦戦している。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・例年であれば、新規来客数が減少してくる時期だが、新機種発売が功を奏し、需要期に近い件数があり、受注に繋がっている。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・例年冬場は個人客が買わなくなるが、消費税率が上がることもあり、個人客の購入も増えてきている。
		乗用車販売店 （従業員）	来客数の動き	・新しい商品が出たこともあるが、土日の新規来店客数が、間違いなく3か月前よりも増えている。
		住関連専門店 （経営者）	販売量の動き	・3か月前よりは物の動き、来客数、客の様子も大分活気付いてきている。それが、販売量にもつながり、売上高も上がっている。
		その他専門店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・売上は前年並みに推移している。ただし、会社によって売れ筋がまちまちで、単価の低い商品が多いところは収益面で非常に苦労している。特に原材料価格の高騰に価格改定で対応できていない現状では非常に苦しい。
		その他専門店 〔パソコン〕 （経営者）	販売量の動き	・年末時期に向かって、注文や受注の件数の動きが良くなってきている。
		その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	お客様の様子	・消費税増税前の住宅建築等に伴い、耐久消費財を購入する様子が多く見られる。また、年末のボーナスを見込み、宝飾等の高額品の動向が回復傾向にある。セール期間中の来客数は増加傾向にあるが、通常期間中はその反動も出る。
高級レストラン （支配人）	来客数の動き	・地方ホテルは夏季の増収期以降売上が下降していたが、11月の連休などで客足増があり、わずかに上向き傾向にある。		
一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・建設関係の人は緊急補正予算の仕事が一区切りつき、少しずつ休みが取れるようになって街に出てくるようになってきているようである。その影響が飲食店には出始めている。		

	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・野球を始め、いろいろな話題があり、例年より客の問い合わせが多い。特に週末は一杯の状態が続いている。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・今月から年末キャンペーンを展開し、加入促進イベントの効果も少しずつ出てきたため、ようやく加入者が増えている。
	観光名所(職 員)	単価の動き	・来客数は前年同時期とさほど変わっていないが、客に購買意欲があるのか単価は上がっている。前年並みの乗船人数であるが単価が上昇しているため、売上は前年並み以上となっている。
	美容室(経営 者)	単価の動き	・高めのドライヤーなど少し高い商品やメニューが出るようになっている。
	その他サービス [自動車整備 業](経営者)	販売量の動き	・受注は順調であるが、資材の価格高騰や入手困難などにより期限が守れない。また、人件費の上昇もあって利益が確保できない傾向にある。
	その他住宅[リ フォーム](従 業員)	販売量の動き	・受付件数は予算を達成していないものの、前年実績を上回っている。供給は予算、前年共に超過している。
変わらない	商店街(代表 者)	お客様の様子	・状況はあまり変わっておらず、何かイベントがあるとそれに集中する傾向も変わっていない。消費が低迷していることが客の様子からわかる。
	商店街(代表 者)	販売量の動き	・地域大型店での地元プロ野球球団の優勝効果が喧伝されているが、商店街全体でもその効果が若干うかがえた。特に飲食店では久しぶりに客の列ができたところもあった。
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・10、11月は紅葉の時期である。そして、新幹線の青森延伸の影響もあり、個人の観光客が大分増えている。したがって、業種業態で異なるが、ホテル、サービス業の稼働率は極めて良く、飲食業も少しは良くなっている。ただし、物販店、日用品、小売業には少し陰りが出ている。
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・商店街を歩くと人も車も少ない。商店街が機能しなくなっている。
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・異常気象の短い秋で、えびす講等の大きなイベントもやや盛り上がり欠いたまま年末商戦に入ろうとしている。最近の商店街のサンプル調査での売上前年比は、マイナス10%程度となっている。
	一般小売店 [酒](経営 者)	競争相手の様子	・同業者からは暇だという話を聞くが、当店においては特に落ち込むことも無く、いつもと同じくらい売れている。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	販売量の動き	・今月は来客数、客単価共に平均的水準のままである。しかし年金で生活している客層は、更に節約を強めている印象がある。時間を掛けてよく説明し、その時は納得してもらっても、商品を継続購入する客は以前にも増して少ない。相談内容も難しいものも多く、応対から客のいらだちや不機嫌さを感じることも多い。総じて余裕がなくなっている。
	一般小売店[カ メラ](店長)	販売量の動き	・高額商品の動きは横ばいで推移しているが、低価格商品の動きは減少傾向が続いている。
	百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・今月は特に後半の気温が低くなり、防寒物の衣料品が販売量としては出ているが、今まで見られた時計などの高額品の売行きが少し鈍化しており、総体的には相殺されて変わらないという形になっている。
	百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・都市部では景気が上向き傾向にあるようだが、地方ではまだ上向き傾向がみられない。
	百貨店(経営 者)	お客様の様子	・気温の低下が下支えして衣料品が上向いてきているが、全体を補うまでは至っていない。今まで好調だった美術、宝飾、貴金属がここにきて低調である。高額な冬物寝具が動いているが総体的には寝具、インテリアが厳しい。一部の富裕層の買物はやや活発だが、多数を占める中間層に購買意欲が見られない。
	スーパー(経営 者)	単価の動き	・11月の平均単価は野菜、卵など生鮮食料品の高値や加工食品の値上げも続き、前年比で3%以上も上がっている。ただ、買上点数は前年を若干割ったので、推移的には末端消費が拡大しているという印象はない。
	スーパー(店 長)	単価の動き	・電気料金、灯油代等の光熱費の上昇に加え、食費節約ムードも高い。低単価価格訴求品など、競合間チラシ対応での単価ダウンによる客単価減という状況が続いている。

スーパー（店長）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>競合店対策として販促策を強化しているため、既存店売上高は前期実績を上回っている。しかし、円安の影響による原料高により仕入値入率の低下、販促コストの増加、電気料金の値上げなど販売管理費が増大しており、売上、利益の伸び以上に費用の増加が大きくなってきている。</li> </ul>
スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>来客数が変わっていない。</li> </ul>
スーパー（物流担当）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>競合店のチラシ回数やクーポンポイントサービスの回数が増えている。依然として食品小売業の営業状況は変わっておらず、更に厳しくなっている。</li> </ul>
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>来客数のトレンドに変化が無い。</li> </ul>
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>年末予約商戦が佳境に入ったが、同週前年比で微減が継続している。贈答やハレの日への支出が増えている実感はない。</li> </ul>
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>競争環境が激しくなっており、更に客の選択の余地が広がり、来店頻度及び購買点数の減少がみられる。</li> </ul>
コンビニ（店長）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>同業他社の撤退を除けば、大きな変化要因は見当たらない。</li> </ul>
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>お歳暮商戦は法人関係は例年に比べ出足好調であるが、1点当たりの単価の減少が目立つ。景気回復にはもう少し時間が掛かる。</li> </ul>
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>相変わらず、客の動きが悪い。</li> </ul>
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>平年と比べ気温が高く推移していることもあり、この時期単価が稼げるコート、アウター、ニットなどの冬の防寒着の売れにむらがある。かつ、価格にシビアな客層が増えている。</li> </ul>
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売点数及び平均販売価格が上がらない。客の動きを見ても景気の回復はうかがえない。</li> </ul>
家電量販店（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>集客数が前年と比べ減少している。</li> </ul>
家電量販店（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>来客数は若干増えているが、単価の変動があまりないので、実際の売上はかなり厳しい状況にある。</li> </ul>
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型車効果は薄れてきたが、消費税増税前の需要の高まりがうかがえる。</li> </ul>
乗用車販売店（店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費税増税前の買換えも一巡した感があり、新規客の来場もまばらである。修理が高額になるなどの決定的な理由がない限り、既納客からも代替需要が生まれてこない。</li> </ul>
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>前月の天候等のために遅れていた分が今月にずれ込んだため、前年より若干プラスになっている。</li> </ul>
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>相変わらず小物商品の売上は好調だが、売上高増につながる金額の大きい商品はあまり芳しくない。</li> </ul>
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲食店に関しては全体的にみると横ばい状態が続いている。ただ、良い所と厳しいところの差がはっきりしている。週末は販売量もそこそこ上昇するが週初めから半ばにかけては飲食店への販売量が大きく下がる。この激しい状況にしっかり対応しつつ適正在庫を保つことを徹底していかないと厳しい現状である。</li> </ul>
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>注文は変わらずにあるが、とにかく利益が出ない。競合他社との見積りでかなり厳しい状況にある。</li> </ul>
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>石油製品の販売業務をやっているが、季節柄寒くなっているため販売量は順調だが、マージンが低下してきている。仕入れの上昇が販売価格の転嫁になっていないことが大きな要因である。</li> </ul>
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>最近の傾向としては、ランチタイムの来客数がものすごく少なくなっている反面、ディナータイムに少し高級な料理を食べたいという方が増えている。</li> </ul>
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場で会う同業の経営者は一様に今月はあまり良くないと言っている。</li> </ul>
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>以前の団体旅行が細分化されている。館内ににぎやかさはあるが、最終的な来客数は伸びていない。</li> </ul>
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>客の動きはほとんど変化が無い。休日前日や連休に集中し、平日はあまり動きがないという状況が続いている。</li> </ul>

	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・売上は、各セクション共に特別目立った動きはないが、良くも悪くも横ばいである。外販部門は各方面から出店依頼が多く、現金収入が見込めるため極力参加しているが、天候、イベント内容によって売れ残りのリスクを伴う。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・市長選と食品表示問題に振り回された月となっている。宴会は横ばい、レストランは夜が減少しているが、宿泊は競馬の開催もあり順調となっている。
	旅行代理店(店 長)	お客様の様子	・小売や自動車関連が好調を維持しており、インセンティブやキャンペーンの相談が続いている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず夜間の乗客は少ない。午前0時を過ぎると全く人影がない状態が続いている。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・地元プロ野球球団の経済効果はあったが一瞬である。悪い状況ではないが、3か月前と比べたら相変わらず中小企業の賃金上昇がないため、一般市民については景況感が変わっていない。
	通信会社(営業 担当)	単価の動き	・物価がじわじわと上がってきている。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に関して、依然としてあまり良い変化はない。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客との商談からは、相変わらず好況感や設備投資意欲はうかがえない。一時的な例年の年末商戦や消費税増税前の特需動向はあるものの、電気料金の値上げ等もあり、本来の内需拡大、好況感に繋がる要素は見受けられない。
	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からは、特に変わるような要因もうかがえない。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・単価が増加するような購買が無い。
	テーマパーク (職員)	単価の動き	・3か月前と比較して、購買意欲というか勢いが薄れてきているようである。単価的にもそう大きく変動していない。
	観光名所(職 員)	来客数の動き	・3連休は天候にも恵まれこの時期としてはにぎわったが、それ以降は思わしくない。
	遊園地(経営 者)	来客数の動き	・寒暖の差はあったものの暖かい日が多く、イベントも奏功して、前年より10%強上回っている。
	美容室(経営 者)	来客数の動き	・夏以降、客の回転数が若干鈍化してきており、その影響で前年と比べて来客数が少なくなっている。
	美容室(経営 者)	来客数の動き	・これから寒い季節を迎えるこの時期、パーマやカラーリングの客が増えるが、自分でカラーをしたり、パーマをかけず伸ばして我慢するという方が増えてきている。液材や燃料費の値上げで、施術代をちょっと上げたことが客の負担になったようである。
	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・9月までの消費税に絡まなかった顧客の動きが散漫で、契約に至るまでの時間が長くなっており、受注の伸びが止まっている。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・依然として、大半の人は可処分所得が増えていないようである。春先にみられたアベノミクスへの期待感も今は少し薄れてきている。
	一般小売店[書 籍](経営者)	お客様の様子	・消費のあり方が非常に個性的で、必要と思われるもの、あるいは趣味などの欲しいものに固定化されているようである。全体的には買い渋りは抜け切れていない。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	単価の動き	・来客数は減少している。非常に寒いために風邪薬を求める客が多く、客単価が上がっており、非常に悪かった前年は何とか上回っているが、全体的に売上は下がっている。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	販売量の動き	・前月までは良かったのだが、販売量の動きが前年と比べて今一つ悪い。実際に0.5ポイントほど落としており、結構影響している。
	一般小売店[寝 具](経営者)	販売量の動き	・例年この時期は年末にかけて布団作りの量も上向きになるが、今年は少なくなっている。
	百貨店(売場主 任)	来客数の動き	・得意客は品質にこだわり高い物を求めているものの、フリー客は単価の低い単品買いの傾向にある。キャリア層の客数が少なく、婦人服、服飾等、ファッション系の動きが悪い。シニア層に関しては、お歳暮の早期受注や冬物、防寒物の準備のため、早目の動きが活発である。
	スーパー(経営 者)	お客様の様子	・来年4月の消費税増税も決定し、食料品を始め物価が高止まり、なおかつ値上げの品がどんどん出てきている。

コンビニ（経営者）	単価の動き	・ 今月、同系列の店舗が150メートルぐらいの距離に新規出店したため、来客数が減少している。これは致し方ないところだが、今月はこれまで好調であった客単価、買上点数がマイナスに転じている。客単価はマイナス4%と割れ幅が大きく、景気の一服感が出ている。
コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・ 24時間営業のスーパーが近隣にオープンし、深夜帯の来客数が激減している。
コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・ 周りはどこも客の入りが悪い。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 11月の前半は地元プロ野球球団の日本シリーズ出場で盛り上がったので、そちらに客が流れていた。それに合わせて、球団親会社の優勝セールネット通販にもお金が大分流れていたようである。コンビニ全体としてはあまり良くない。
コンビニ（店長）	それ以外	・ 既存店の売上が思うように上がらない上に、今月オープンの新店の売上が非常に厳しい。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ 気温は下がってきているが、コートなどの防寒衣料の動きが悪く、単価が下がっている。結果的に売上は前年を下回っている。
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という話も聞こえてくるが、来客数からみると、生活防衛の動きに入っているようである。価格面のシビアさに加え、来店はしても買っていただけないということが今月に入り増えてきている。景気は後退してきているのではないかと。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 10月以降、消費税増税決定の影響か来客数が伸び悩んでいる。消費マインドの低下による買い控えの可能性が高い。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・ 前年に比べて25%ほど悪くなっている。
その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・ 11月は秋の観光シーズンなので、特に前半に期待をしていたのだが、思ったほど来客数は伸びなかった。地方都市は大都市圏のような景気回復をまだまだ実感できない状況にある。
その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・ 降雪により冬物商材に動きが出ていたが、現在は落ち着いてしまっている。必要な時に必要なものを購入する意識が高いようである。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 復興需要も一段落している。巷でいわれている景気の良さもあまりうかがえない。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・ 総体的に来客数は減少している。経済的に余裕のある客が限定されてきたようである。
観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・ 販売量（来客数）を増やした分、単価が下がっている。見た目の売上は増加しているが、販売量が増えると諸経費が上がっていく。現在の販売単価では効率性が非常に悪く、飲料等の付帯売上が上がらないと売った分だけ赤字となっている。
都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・ 10～12月はデスティネーションキャンペーンが開催されている。新幹線は110%の乗り入れで多くの客が来ているようではあるが、ものが思ったように売れおらず、客があふれている様子もない。その理由の1つは天候ではないかと考えている。客はどこか近場でずませているのではないかと。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ 前月に引き続き、デパート地下のデリカ総菜部門とレストラン利用客の動きが非常に悪い。特にデリカ部門については大幅な前年割れとなり、危機感を抱いている。利用数、単価共に下がっており、消費者マインドの冷え込みがみられる。それに加えて、食品表示問題について、当社でも発覚しており、客のホテルを見る目が厳しくなっている。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ 被災地の震災特需が終わり、問い合わせ数、来館数共に前年を下回り始めている。来月以降の問い合わせや予約状況も前年よりやや低調である。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・ 3か月前よりも伸びが悪くなっている。客の様子を見ると業種により景気の良い悪いが出てきている。
タクシー運転手	お客様の様子	・ 師走を控えて、乗り控えが目立ってきている。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 全体的に図面を書く仕事が少なくなっており、あっても短時間で終わるような小規模なものになっている。

	悪く なっている	百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・11月に入ってから同地区にファッションビルがオープンし、当社の売上への影響が懸念されていた。当初は、思ったよりもその影響はないとみられたが、月後半までくると負けが続き、どんどん前年差が縮まらない状況になっている。前半は気温が下がりきらず、前年との気温差が6～8度という日が続いたことで、防寒商品が伸び悩んだ。 ・寒くなってきたが、コートなど単価の高いものの動きが鈍く、早々とセール待ちを匂わす発言もある。	
		衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き		
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）	競争相手の様子	・同業者の復興案件等の受注が堅調に推移している。	
		食料品製造業 （総務担当）	競争相手の様子	・弊社も含めた競合他社の売上が、軒並み前年同月比100%を越えて推移している。	
		建設業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・受注見通しが目標を上回るなど数字的にも上向いている。	
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・震災前までとはいわないけれど、物量がやや戻りつつある。	
		輸送業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・地元プロ野球球団優勝の経済効果がうかがえる。	
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・地域ごとにおけるイベント等の影響も多少あるが、顧客の契約更新に対する姿勢が柔軟になってきている。	
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・円安の影響などで企業業績が回復しつつあり、自動車メーカー系は上向いている。	
		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	・地元プロ野球球団の日本シリーズ進出、優勝に伴い、テレビ観戦の影響で飲食店向けは振るわなかったものの、一般小売店向け並びに駅構内などの土産店向けの出荷が好調となっている。また、首都圏向けの清酒の出荷は、冬らしい天候の早来が好影響を与えている。	
	変わらない		食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税が決まったときには、お歳暮時期に向かって懸念されることが出てくるかと考えた。しかし、現在は11月なのでそれほど大きなお歳暮商戦にはなっていないが、今のところ変わりが無いままで推移している。
			食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・地元プロ野球球団の優勝パレードで盛り上がった部分もあるが、一方で百貨店、ホテル等での食品表示問題の影響がお歳暮の出だしが良くない。良いのか、悪いのか判断が難しい。
		食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・最需要期になったが、販売量の前年割れ状態は変わっていない。	
		木材木製品製造 業（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・木材の住宅部材は、供給過剰により販売単価が低下し、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	・前月よりは良くなっているが、前年比では悪くなっている。	
		出版・印刷・同 関連産業（経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・3か月前から前年並みの受注が続いている。	
		土石製品製造販 売（従業員）	それ以外	・企業側から見た景気の動向は、受注量が増えつつあり、少しではあるが良くなっている。しかし、個人については、その分が給与や賞与に反映されるわけではないので変わらないままである。	
		一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・自動車部品の国内生産は良好に推移している。また、輸出環境も円安によって良好に推移している。	
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・中小モノづくり企業においては、受注が大幅に改善されたという状況は見当たらない。	
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税前で大口工事はなく、リフォーム関係での受注が続いている。年度末に向かい、公共工事の小口発注がある。	
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・取引先の様子に変化はみられない。	
		金融業（営業担 当）	取引先の様子	・メガソーラー関連は引き続き好調である。また、DESTINATIONキャンペーン中だが、観光関連の売上は微増にとどまっている。	
		金融業（広報担 当）	取引先の様子	・コストが高止まっている。	
		経営コンサル タ	取引先の様子	・気候が冬型になるに連れ、新たな購買行動が活発化しつつある。	

	公認会計士	取引先の様子	・建設関係の売上は、前年比では同額か減少であるが利益を出している。しかし、それ以外の業種は売上は前年比で減少し、利益も減少している。
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備投資の動きは若干見られるものの、ゼネコン関連に偏っている状況である。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・年末年始商戦用の広告予算が前年より微増気味である。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・下期も緊縮財政の継続が決まり、思うように景気が上がらない様子である。
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・ふじりんごの最盛期に入ったが、今年相次いだ大きな台風により、落下による傷が多くあったため品質は前年より悪く、収入面でも前年より下がるとみられる。
	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月の長雨と積雪により、一部作物の収穫ができなかった。
	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・実績物件等の価格は更なる引き下げを求められている。顧客には、印刷物における春以降の用紙代の値上げ分を請求できないで進んできており、そのことが利益率の低下を招いている。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・定番商品の動きが非常に良くなって、単価の低いものだけに集中している。1品単価が非常に下がっており、利益がなかなか出ない。
悪くなっている	—	—	—
雇用関連	—	—	—
（東北）	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
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年と比べ、仕事量が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人そのものは増えていないが、小売店を中心に地元の中小企業等の求人広告が目立ってきている。少しづつだが、やっと地元に出ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新店舗や新工場の設備投資が増えているなか、新規雇用の動きも少しずつ出てきている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年比増加を続け、有効求職者数は減少を続けている。有効求人倍率は1倍を超え、緩やかに上昇を続けている。
		職業安定所（職員）	・求職者は8か月連続で減少しており、そのうち2か月は2けたの減少である。実際、ハローワークでも求人検索や相談で来所される求職者は減少しており、以前は相談まで1時間待ちがあったが、現在は最大でも30分程度になっている。
		職業安定所（職員）	・特に労働者派遣業の求人が増加し、全体の求人数が増加している。しかし、派遣先の製造業の求人は伸びていない。
変わらない	人材派遣会社（社員）	それ以外	・成約率は前月より20ポイント改善したが、今期累計では26%と前年比18ポイント減である。派遣の依頼件数は堅調に推移しているものの、新規登録者の減少が成約率の向上に寄与できていない。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大学生の新卒採用において、例年11月まで大学4年生を採用する企業は少ないのだが、今年はサービス、外食、アミューズメントを中心に採用を継続している企業が多い。
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・販売系、コールセンター系の派遣依頼が増加している。一方で求職者確保が一段と厳しくなっており、マッチングで困難な状況が継続している。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の動きに大きな変動が無い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・求人は増えているが、勤務地は地元ではなく、首都圏や関東近郊に限られている。ボーナスが増えた、減ったという話は聞かえてこない。
	職業安定所（職員）	それ以外	・有効求人倍率は3か月前と同じ水準で推移している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ここ数か月、新規求人数は前年比で減少傾向が続いており、今月もその傾向は変わらない。しかし、求人数自体は高水準で推移しており、求人者の求人意欲は変わらない。
	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3か月前と比べてほぼ同数で推移している。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は復興関連に伴い好調ではあるが、景気が上向いている、下向いているといった判断は難しい。
やや悪くなっている	—	—	—
悪くなっている	—	—	—