

2. 東北（地域別調査機関：（財）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	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・乗客数の減少に歯止めがかかり、前月に続き、既存店舗の前年比が上向いている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・フレッシュマンの来店が増える時期であるが、例年に比べ、単価、来客数が順調に伸びている。後半から寒さが少し緩んだことにより、春物のスーツを購入する動きが例年以上に早く、順調に伸びている。景気は少しずつ上向き、消費マインドが上がっていることがうかがえる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・降雪量、積雪量が減り、気温が3月中旬並みになってきたことから、客の動きが目に見えて増えており、それに伴い販売量も増加傾向にある。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	単価の動き	・単価の下げ止まりが明確になっている。少なくとも1、2月においては消費者の志向にも表れている。ただし、景気が良くなっているというよりも、不況慣れで自分たちの生活がこれで安定すればという、日本人の順応性が要因といえる。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	来客数の動き	・季節要因が非常に大きく影響している。寒さが厳しく、雪の多い冬ということで、それらの関連商品が大変良く売れている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り、婦人服や婦人雑貨の売上は堅調に伸びており、天候が安定していることから特に春物の出足が良い。また、バレンタイン商戦においても自分用のチョコの需要が増えている傾向がうかがえるなど、消費マインドは上がってきている。
		百貨店（売場担当）	それ以外	・前年比140%と好調に推移しているが、前年は大雪の影響を受け、2年前より大きく落としたため、良く当然である。予算に対しては100%で着地できる見込みである。2月に入りオケージョン需要の伸びが顕著となっているものの、客単価は低い。オケージョン以外では、アンサンブルなどセットで低価格な付加価値のあるものの動きが良い。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・好天に恵まれ、来客数が前年比107%、売上が同105%と堅調に増加している。冬物商材がここに来て売れている。また、化粧品やインナーなどの春のテレビコマーシャル商品など露出度の高い商品が好調である。
		スーパー（販促担当）	単価の動き	・1月からの荒天で、人や物の動きは悪かったが、2月中旬から気候も落ち着き、道路状況も良くなったため、商品の動きも良くなってきている。また、1点単価はほとんど変化していないが、買上点数は増えつつあり、客単価も上向いてきている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たばこの値上げを機に客単価が上がっている。買上点数については、前年の8月を底に微増ながら増加傾向にある。特に、今月はたばこの新商品がテレビで宣伝されたことで、売上増につながっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・値上げをきっかけにたばこを買い控えていたものの、やはり止められなかったという人が出てきており、たばこの売上が伸びてきている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は比較的好調に推移してきているが主にたばこの値上分である。また、寒さがやわらぎ、暖かくなってきたため、来客数も増加してきている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・半袖等の春物商材を先買いする客が増えているのに加え、買上点数も増加しており、消費者の購買意欲の高まりがうかがえる。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・冬物の最終バザールはあまり良くなかった。春物の入荷を待ち、欲しい物を早く購入したい、安い物より高くても納得できる物を購入するということに、客の意識が変わってきている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・入学、就職準備のための客が前年より増加している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売はエコカー購入補助金終了後の低迷から持ち直してきている。新型車投入の効果もあり、客の来店数及び成約数は増えている。		
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・高級車クラスの動きが依然として悪く、前年比80%程度の実績である。反面、低価格車の販売は持ち直しつつある。メーカー各社が投入してきた新型車の効果もあるが、市場としては良い傾向にある。		

	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・客からは少しずつ仕事が増えているとの話が聞かれ、景気が回復傾向にあることがつかえる。ただし、こうした動きは大企業中心である。
	その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	来客数の動き	・新幹線の延伸開業により、取材などでいろいろなところから人が集まってきている。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・エリア内の競合店がリニューアル工事をしているため、その影響が出ている。
	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・3か月前と比べると若干落ち込んではいるものの、前年比では格段に良くなっており、景気は上向いている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・スマートフォンへの買換え需要が好調であり、次の買換え時にスマートフォンを検討している客も増えている。
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・携帯電話の販売量が増えてきている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街内に開設された確定申告会場の効果か、来街客は増加傾向にある。その客を取り込み好影響を作り出している店も一部にはあるが、全体として見た場合、来街目的が明確でもあり、今一つ活況が感じられない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・好天に恵まれたこともあり、ホテル稼働率の上昇や新施設の開業、観光施設の来客数の増加等、新幹線延伸開業の効果が持続している。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・気候が良いのに客がまばらである。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・景気が上向き基調との報道を耳にするが、当地では前年暮れからの豪雪が尾を引いており、消費に明るさが見えず、低調が続いている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・雑貨とビューティーケア商品は前年をクリアしているものの、食品とヘルスケア商品は販売量が減っており前年割れしている。
	一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、消費者の低価格志向が続いており、高単価商品の動きが鈍い。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・ハウスカードのポイントアップのときは来客数も多いが、平日はやや厳しい。しかし、オケージョン対応の春のスーツやコート等、高単価商品は前年を上回っている。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・中旬以降、暖かい日が続いたため、街中の人出も幾分増えたように感じられる。それに伴い、当店の今月の売上高は前年を上回る見込みである。また、客が購入する商品を見ると、食料品が多い。
	百貨店（経営者）	単価の動き	・降雪も少なく、来客数は前月より戻ってきているが、客単価の低下は依然として続いており、景気は上向いていない。
	百貨店（経営者）	単価の動き	・デフレの状況が変わらないなかで、単価に対する反応に敏感になっている。ただし、高単価商品が全く売れていないわけではないので、二極化が更に進んでいることが考えられる。また天候に左右される要素も大きくなっている。
	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・売上や来客数は前年を上回ってきているが、まだ購買の大きなパワーは感じられない。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・食料品のなかには若干値上がりの商品もあるが、全体を押し上げるほどの数字にはなっていない。原油価格高騰の影響からか、それ以外についても値上げ傾向の商品があり、特にナフサ関係のものが顕著である。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・降雪がほとんどないため来客数は増加しているが、買上点数は減少しており、売上は変わらない。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・商圏内はオーバーストアによる競合状況が続いており、来客数は前年並みを維持しているものの、客単価は低下している。また、買上点数が減少しており、客が買い回りの傾向が強まっている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の財布のひもは固くなっている。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・1、2月共に、降雪のため客の来店回数は減少傾向にあったが、1回あたりの買上点数は増加し、1品単価はほぼ同じか減少傾向にある。一方、節分、バレンタインなどのイベントへの消費は拡大している。日常の食生活は節約、イベントは消費拡大の傾向が見られる。

スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価は前年比94%と前月よりも低下している。反面、買上点数及び来客数は伸びており、売上は増加している。しかし、収益としては芳しくなく、全体では前月と同じ傾向である。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・情勢は依然として悪いものの、天気良かったこともあり、来客数はほどほどである。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年比92%で、客単価は同106%である。転勤等の影響も考えられるが、寒さが続き外出を控えた高齢者の来客が減少している。一方、30～40歳代の購買動向を見ると、所得が伸び悩んでいるせいか、昼食時はカップめんやおにぎり、ファーストフード等の購入が中心で、客単価は500円以下である。また、主婦の買い方を見ても、日配品や調味料は105円の低単価商品が中心である。さらに、若い人達を見ても、105円の飲料やスナック菓子の購入が多い。そのほか、就職情報誌の購入層は40歳代が多い。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・プロモーションが功を奏し、来客数は3～4%伸びている。しかし、世の中の動きをみると、消費者の節約志向は変わっていない。
コンビニ（店長）	単価の動き	・たばこの値上げ後に落ち込んだ消費が元に戻ってきている。たばこの値上がりにより客単価は上がり、前年比はまずまずだが、利益率は下がっている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・冬物最終処分により、販売量は前年を上回っているものの、低価格商品が中心で単価が下がっているため、全体の売上はあまり変わらない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・通販等で価格が極端に低くなり、商品の適正価格がみえない状況となっている。特に官公庁の入札制度は価格競争が激化していて、資金繰りの目途がつく程度の利益で落札しており、実情は厳しい。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・生活必需品として本当に必要な物の購入が目立ち、やりくりできるものについては我慢している。販売量は減少、単価も低下の傾向にある。
家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数は微妙に増えてきているが、単価の低下を踏まえると、前年度と売上を比較しても、特に景気が回復しているような動きはない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・2月になり降雪がやっと落ち着いてきたにもかかわらず、新車は前年のように売れなくなっており、非常に厳しい状況である。ただし、低価格の車検は相変わらず需要が多い。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・1月の大雪の影響で来店客がほとんどなく、売上も過去にないくらいの減少となっている。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	単価の動き	・消費者の購買意欲は、その場の価格により変動している。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・客足が伸びず、減少傾向にある。加えて、原油価格の高騰や小麦等の原材料価格の値上げで、高付加価値の食料品は厳しい状況にある。
その他専門店〔靴〕（経営者）	単価の動き	・冬物は売り出しをしてようやく動きが見られるという状況である。婦人ブーツなども皮製の高単価商品より、合成皮革の低単価商品の動きが大きくなっており、価格に敏感な消費行動が見られる。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	販売量の動き	・全般的に前年並みの売上が見込まれるが、豪雪対策や地元の雪祭り関連のイベントで身動きが取れない状況となっている。除雪関連の会社に対する注文は多いが、一般小売店及び飲食店では月末の数字達成に苦労している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・10リットル、20リットル、あるいは千円分、2千円分というように、数量や金額を限定した給油の仕方が多くなっている。
高級レストラン（支配人）	それ以外	・国内の政局や北アフリカ情勢など、事業所単体ではどうにもならない不安要素が多いため、楽観的になれない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価がなかなか上がらない状態が続いている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・閑散期であり入込数は相変わらず伸びないが、客が芸子を買う回数が増えているように見受けられる。また、遠距離客も増えている。なお、売上は、過去20年で初めての横ばいである。

観光型ホテル (スタッフ)	それ以外	・客の予約時期がかなり遅くなっている。宿泊者を確保するため、数々のプランを設定するなど、あらゆる手段を講じている。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・企業、団体等の会合の予約状況は3か月連続で前年実績を上回っているが、宿泊、レストラン等個人利用は前年まで届かず、全体としては例年並みの入込となっている。	
旅行代理店(店長)	販売量の動き	・旅行需要の落ちる2月だが、前年比で国内旅行が100.1%、海外旅行は100.3%と共に前年並みの取扱額となっている。ただし、前年は新型インフルエンザの発生など逆風の年だったことを考えると、決して楽観視できない。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・ここ数か月の流れを見ても、ほとんど横ばい状態となっている。	
通信会社(営業担当)	競争相手の様子	・スマートフォンの需要は増えているものの急激な伸びではなく、消費者の買い控え傾向もみられるため、変わらない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・依然、新規導入の購買意欲が見受けられない。	
テーマパーク (職員)	お客様の様子	・3連休というプラス要因もあり、入場人員は増加したが、客は依然として低価格志向で、買い控え傾向が見られる。	
観光名所(職員)	来客数の動き	・来客数を支えていた台湾、香港、韓国からの客が徐々に減り始めており、前年を下回るようになってきている。	
遊園地(経営者)	それ以外	・今月は休園している。団体予約の受付は5~6月を中心に入っていて、前年と大きな変化は見られない。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数の動きも前年比10%減ほどで推移しており、下げ止まっていない状況である。	
やや悪くなっている	一般小売店[書籍](経営者)	お客様の様子	・来店客は商品を見ても購買にまで至らない。
	一般小売店[スポーツ用品](経営者)	来客数の動き	・雪が多いため、主に取り扱う野外スポーツ向け商品のみならず、インドア仕様のシューズ等の動きも鈍くなっている。冬物のコート関係もクリアランスセールでの動きは鈍い。
	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、人の出入りが非常に少なくひっそりしている。月~金までは全く人を見かけず、土曜日のみわずかに人が出てきている。2月末で店を閉めた人も多いと聞いている。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・今月に入り、原油、ガソリン価格の上昇に伴い、客の買い回りパターンはワンストップ化の傾向が見られる。
	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・新車の受注については、エコカー及び新型車を中心に、前年水準並みに回復しつつあり、販売についても前年比10%減と、減少幅は縮小傾向にある。ただし、底を打ったとの印象はない。
	住関連専門店(経営者)	お客様の様子	・初売りの人出は良かったが、その後は豪雪等もあって来客数は減り、2月に入っても客足は戻らず厳しい状況である。
	住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・仏壇販売はあまり景気に左右されなかったが、最近是不景気に押され、来客数が減少している。
	その他専門店[酒](経営者)	販売量の動き	・例年、2月は全体的に動きがない月なので景気が悪くなるのは想定内だが、今年は降雪量の多さが影響し、特に飲食店への販売量が例年よりやや少ない。
	その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	それ以外	・中東情勢の緊迫化により、原油価格が大幅に上昇してきており、それが仕入れ価格の大幅な上昇を招いている。しかし、販売価格への転嫁が思うように進まないため、収益が急激に悪化してきている。当地域の販売価格は全国平均を大幅に下回っているため、小売各社の経営状況は不安定になってきている。
	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・30年ぶりの大雪に見舞われ、生活の一部に支障をきたした人が多くなっている。しかし、建物修復のための経費を捻出できない人がほとんどで、生活費を節約して充てている人が多い。建設関係の人が潤って、外でお金を使うといっても数は少なく、全体で見るとマイナス傾向である。
	一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・値引きしている店や低価格の店には客は入るが、そうでない店は客の入りが悪い。
	一般レストラン(支配人)	来客数の動き	・ランチタイムの来客数は前年比10%増で推移しているが、ディナータイムは同20%減であり、厳しい状況が続いている。

		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・1～2月初旬にかけてインバウンド特需があったものの、当初予定していた国内団体旅行及び募集ツアーが不振となっている。単価は、マルチプランに集中し過ぎて前年比を大きく下回っている。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・役所関係の早めの送別会が月末にあった関係で、ボリュームとしては増えている。ただし、客単価については宴会で前年比約300円下がっており、料飲施設、宿泊においても下がっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・季節要因もあるが、今月は人の動きが鈍く、予約以外のフリー客は全く期待できない状況である。
		タクシー運転手	単価の動き	・長距離客はほとんどいない状態で、基本料金の範囲で乗る客が多い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・深夜の客の減少が続いている。12時を過ぎると客はほとんどいない。
		その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・販売単価が上がらない。単価を少しでも上げると来客数が落ち込み、売上が減少する。反面、仕入れ単価や光熱費、原材料費は2割ほど上昇する。
悪く なっている		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が過去にないほど減少している。客に品物を勧めても反応が良くないことから、単価が低い商品まで値引きを考えざるを得ない状況である。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・客を訪問しても反応が薄い。オーダーメイドよりも量販店の低価格商品が良いとする傾向が強くなっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・エコポイント需要も落ち着き、来客数はピーク時の8割程度に減少している。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・車検及び修理の入庫数が前年に比べて極端に減少している。
		その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・中国の縫製工場の人員不足による納期の遅れと、綿花不作による価格高騰がダブルで直撃している。特にタオルの価格の乱高下が激しく、毎回見積を取らなければならない状況で、ユーザーも非常に困惑している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年比での売上減少が続いており、2月の落ち込みも大きい。農閑期であり、地元農家の婦人部や関係団体の宴会等が期待できる月であったが、予約はほとんど無かった。インターネットの予約は増加している反面、電話での直接予約が激減している。加えて、ネット予約の場合、8～10%の手数料を支払う必要があり、経費を圧迫している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊、一般宴会、レストラン、婚礼と全部門で伸び悩み、2月としての売上は、開業以来、過去最低となる見込みである。
		タクシー運転手	販売量の動き	・中小企業を中心にタクシーチケットの利用者が少なくなっている。
	企業 動向 関連	良く なっている	-	-
やや良く なっている		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年比105%、前月比でも105%となる。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の販売単価が安定し、需給バランスが良くなってきている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・雪解けに加え、自治体の経済対策に伴う住宅リフォーム支援事業補助金により、工事が少しずつ増えている。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・顧客の検討がスムーズに進むようになってきている。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・新幹線延伸開業に伴う効果が現れてきており、観光関連業種を中心に売上や稼働率が好転してきている。雇用状況もわずかではあるが改善傾向が続いている。
		広告業協会（役員）	それ以外	・大型店は冬の寒さで客足が伸びず苦戦している。2月に入り気温の上昇とともに春物商材が伸びてきている。住宅関連はエコポイントなど政策効果もあり好調な様子が見え始める。また、戸建住宅の引き合いも活発化している。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新幹線の3月ダイヤ改正、はやぶさの運転開始に伴う関連の仕事に加え、年度末に向けての駆け込み需要が多少あったことから、前年比では大幅な増加となっている。
		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	・商品の動きが良く、販売量も前年比約105%となっている。
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	・農協から前年12月出荷のふじりんごの精算が届いたが、販売単価は例年の約2割増となっている。	

	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・特に情勢の変化はみられず、市況は相変わらず低価格志向が強い。	
	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・食料品の原材料や燃料の価格上昇に伴い、収益の面で厳しくなっている。また、競争激化により販売促進費の投入を増やしている。	
	繊維工業(経営者)	取引先の様子	・例年、2月の受注状況は良くないが、今年も不安要素が次々に出てきており、慎重に様子を見る状況が続いている。	
	輸送業(経営者)	取引先の様子	・荷主からの値引き要請に応じざるを得ない状況で、当社の損益にもろに影響している。	
	輸送業(従業員)	取引先の様子	・当地区における輸出入貨物の需要動向にあまり変化はみられない。	
	金融業(営業担当)	取引先の様子	・土木建設業では、先月に続き今月も除雪依頼が多く、売上に貢献している。	
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの決算状況、月次状況をみると、業績が悪化しているところと改善しているところが半々となっており、建設や小売関係は一部で回復傾向にある。	
	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	・飲食店向けの販売量の不振がいまだに続いている。また、客単価の低下により、低価格のナショナルブランド商品へのメニュー変更が著しいが、受注量は伸びていない。	
	その他企業[工場施設管理] (従業員)	取引先の様子	・景気に変化は感じられないが、取引先では、今までほとんどなかった休日出勤を行い生産の対応にあたる様子も見られる。	
やや悪くなっている	農林水産業(従業員)	取引先の様子	・農産物の出荷先からの入金が3か月以上遅れている。	
	出版・印刷・同 関連産業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・売上は、3か月前から前年同月比で5%下回っている。	
	一般機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車部品については、急激な円高による輸出環境の悪化と、エコカー購入補助金の終了による自動車販売の低迷の影響を受けている。	
	建設業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・工事の出件数が明らかに減少している。	
	通信業(営業担当)	取引先の様子	・取引先からの値下げ要請が継続的に行われている。	
	コピーサービス業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注価格や販売価格を安くしても売れず、受注量は下降線をたどっている。競合相手の状況も同様である。	
悪くなっている	新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・2、8月は悪いとよく言われるが、それ以上の折込チラシの数字の悪さが見られる。経済状況を理由に新聞の購読を中止する人の数も多く、当店の経営も圧迫されている。	
雇用 関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・求人数は前年比で10%以上増加している。
		新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・1月は大雪の影響により中心商店街への客足が鈍かったが、2月は天候が良かったため、その反動で売上が伸びている。さらに、一部ではあるが新幹線延伸開業の効果により好影響が出ている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・引き続き、新規求人数、有効求人数共に前年同月比を上回っている。また、新規求職者数、有効求職者数は共に前年同月比で下回っている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・欠員補充の求人のほか、増員に伴う求人も増えているため、新規求人数は前年比3か月連続で3割弱増加している。
変わらない	人材派遣会社(社員)	採用者数の動き	・例年、人材派遣業にとって最も繁忙となる時期だが、今年は半分ほどの引き合いしかなく、価格帯等も下がってきている。	
	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・求人はメーカー系を中心に動きが出てきているものの、主流の流通等にまだ動きがないので、全体としては変わらない。	
	新聞社[求人広告](担当者)	雇用形態の様子	・ショッピングセンターのリニューアルに伴う新規出店により、雇用の創出があるものの、正規雇用には至らず臨時雇用が大半を占めている。	
	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・周辺企業の動きをみると、プラス要素が何もなくぱっとしないため、停滞状況が続いている。	
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・前年に比べて新規求人が増加しているものの、前年は大幅な減少であったことから、一概に良くなったとはいえない。	

	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・休業などの雇用調整は減少してきているが、新規学卒者向けの求人が前年度よりも少ない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年比で増加傾向だが、リーマンショック以前の数字には戻っていない。有効求人倍率も依然として低迷している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が前年比で上回っているものの、前月比で見るとここ半年ほど横ばいで推移している。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東北地域は製造メーカーの派遣依頼が暫時増加傾向にあるものの、県庁所在地周辺の派遣依頼は年度末の契約満了を上回るまでの勢いが無い。
	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・コンサルタントなど一般企業からの委託が例年同時期と比べて少ない。
	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やや減少し、3か月連続で減少となっている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・エコカー購入補助金の終了に加え、家電エコポイントも終了間近で、やや悪くなっている状況である。
悪くなっている	-	-	-