

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	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災により被災した地域で買物需要が増えてきており、当社に良い影響を及ぼしている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災により買い控えをしていた人の動きが活発になっている。店を休業することなく営業できたため、来客数が増加している。被災者が改めてトータルで買い求めているため、販売量、単価共に増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比123%と大幅に伸び、前月の同76%を穴埋めした形となっている。半径200m圏内の競合店に比べ商品の供給体制が早く回復したため、品ぞろえで他店を圧倒し、来客数が増加したことによる。
やや良く なっている	やや良く なっている	一般小売店〔書籍〕（経営者）	お客様の様子	・例年、新学期を迎える4月は売上が期待でき、それに加えて東日本大震災による特需なのか、週刊誌の震災特集号の売行きも良い。ただし、3月の売上減の分が4月にずれ込んでいることもあり、景気の良し悪しは判断しがたい。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・4月23日から東日本大震災前の通常営業に戻っている。こうした状況では景気がやや良くなっているとはいえないかもしれないが、この一週間の動きから、前年と同じ曜日と比較すると、来客数は増えており、営業数値も前年を上回っている。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・食品を中心に、生活物資関連の売上が前年比2けたの伸びを見せている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で買い控えや買物の自粛をしていた客が4月に入り買物をしている。婦人服の売上は、催事場の実績が良く、前年比で100%は乗ったものの、セールを含む元売場は前年まで及んでいない。催事場に関しては、3月に予定されていた店外催事が中止になったため、4月はその反動で動員がかかっている。気温がなかなか上がらず、気温対応のコート類や羽織物アイテムが好調に動いたことや、地震を受けて、カットソー類といった、起きてすぐに動ける洋品アイテムの動きが活発となっている。
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・ようやくイベントや催しを開催できるようになった。客も、自粛が続き購買意欲が停滞していたが、広範囲から前年以上に訪れている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、近隣の競合店が一時休業中であつたため、来客数が大幅に伸びている。
		スーパー（販促担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後の商品需給バランスの崩れから、消費者の買いため傾向が続いており、商品の購買数が大幅に増えている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災の発生後、機能不全に陥っていた物流は回復し、商品供給が改善されてきたため売上は回復してきているものの、震災前の水準には戻っていない。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・全体的に良くなっているが、特に建設業界の客の来店回数や使う金額が上がっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響と思われるが、本来は3月に需要があつたであろう入学式ニーズやフレッシュマン、そして葬儀用の礼服を目的とした客が増えている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の当日から営業し、地元の顧客から信頼を得たことに加え、競合店間で復興に向けた取り組みに温度差が生まれ、自店に客が流れてきたことから、買上点数が大きく伸びてきている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で新車の供給が滞るなか、来客数は増えている。また、新車受注も、納期はかかるものの早めの商談により前年比で伸びている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の復興需要で販売量が増えている。
		変わらない	変わらない	商店街（代表者）
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	それ以外			・売上、来客数共に伸びているものの、東日本大震災の影響で、最初は買いため、その後は買い控え、という傾向が見られたため、良し悪しの本当のところはわからない。

一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災で家財を失い、避難所を出てアパートを借りる方々の寝具の需要が増えている。ただし、高い寝具を購入する人は少なく、安いものを買って間に合わせる人が多い。また、毛布やタオルケット等の2次製品はいろいろな人から貰うようで、売れない。	
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・中旬から回復傾向にあり、定価品が戻ってきている。ただし、ファッションに関しては食品やりピングに比べ伸び率が依然として低い。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災が発生してから4月の1週目くらいまでは、来客数及び販売量が非常に増え、売上も異常なほど上がったが、4月の2週目以降は、逆に買い控えが始まってきており、通常の状態に戻りつつある。	
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・中旬までの景気は明らかに悪かったが、下旬以降は幹線道路沿いの店舗を中心に、復興関連と思われるブルーカラーの客が急増している。売上、客数の増加は、外的環境の変化だけでなく、商品供給体制の回復に伴う品ぞろえの充実と営業時間の拡大によることも大きい。いずれにせよ、目に見えて動きが出てきたことは良い兆候である。	
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で前半は厳しかったものの、中旬以降は被災地からの客や3月に買いそびれた客の来店が多くなっており、販売量は増加している。	
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・東日本大震災等により製造、物流が停滞し、2次、3次被害の懸念が表面化してきている。	
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・この時期にしては来客数が少なすぎるため、売上も低迷している。	
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ビジネスマンの買い控えが多くなってきている。	
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故により不安定な状況が続いており、景気は悪い状態である。	
家電量販店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災や家電エコポイント終了などにより景気後退ムードがあり、客の購買意欲が減少している。	
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で一時的に落ちていた販売量が、震災前と同程度まで回復してきている。	
その他専門店〔呉服〕（経営者）	来客数の動き	・余震の影響もあってか、来客数が減少している。	
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、商品の価格は高値になっているものの、震災関係の地区では物販の動きが良くなっている。	
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、作業服や工具関係の取扱店は客が殺到しているものの、納入は落ち込んでいる。企業向け、官庁関係共に案件が少なく苦労している。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災直後は一時的に売上は大分落ち込んだが、自粛ムードも和らいできており、多少は客が戻ってきている。しかし、依然として厳しい状況は続いている。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客は新規の設備投資に消極的である。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、結婚式の取り止めや延期は増え、花見や歓迎会などに出かける人は減っている。そういった華やかな場所に出かける際に美容室に立ち寄っていた人が、震災直後からめっきり減っている。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響がまだ続いており、買い控えが進んでいる。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・商品の流通がやや停滞していることに加え、消費者の節約志向もあり、飲食店やホテルの動きが大変鈍くなっている。
	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、各種大会が中止や延期となっており、その影響で購買が落ちている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後は営業もままならず売上が激減したが、4月中旬以降はほぼ通常通りの営業に戻り、売上も回復しつつある。一方で、顧客ニーズは被災を受けた商品の補充や卒入学、新生活用商品に偏っており、全体として売上が回復しているわけではない。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災直後の買いだめの反動が出ており、来客数は前年並みだが買上点数は減少している。

スーパー（店長）	お客様の様子	・先月は東日本大震災という特殊な環境のなか、買いために売上を大きく伸ばしたが、今月の第2週以降は明らかに買い控えの傾向が出ている。震災後の購買動向は特異的なもので、家庭内の食料品の在庫は相当あるのではないかと。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価は依然として4%弱の前年割れが続いているものの、食料品の売上は伸びており、来客数、買上点数共に増加している。ただし、周辺の地場産業はかなり疲弊している。農業や水産業、観光、広告及び印刷業界、さらには飲食店なども良い話は聞かれず、解雇や失業の話が多い。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で消費が鈍っている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災による被害は甚大で、消費が落ち込んでいる。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災の前と比較すると来客数は2割程度減少している。ただし、直近では被災地域への自衛隊やボランティア団体の流入により、近隣店舗は前年値を大きく上回っており、東北全体でも前年比100%近くまで回復している。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災による影響が少しずつ出始めており、高額商品の買い控えなど消費自粛の傾向が見受けられる。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードにより販売は不振であり、車検についても低価格傾向が一段と強まっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、総じて買い控えの傾向にある。
乗用車販売店（経営者）	それ以外	・新車及び中古車は、被災地周辺を中心に東日本大震災による特需が発生している。受注は前年比30%増と一見好調に見えるが、納期に大幅な遅れが生じる影響で、売上には結び付かず、経費がかさむ要因になっている。
高級レストラン（支配人）	それ以外	・東日本大震災による消費の手控え、事業の休止や縮小、失業及び賃金カットなど、お金を使う環境がまだ整っていない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響から、できるだけお金を使わないで過ごす人が多いと考える人が多いためか、来客数が減っている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災以降、宴会を始め、レストラン、宿泊のキャンセルや延期が相次いでいる。さらに、計画停電についての発表により、企画、イベント関係は自粛している。ゴールデンウィークを控えているが動きは鈍く、今後の見通しが立たないのが一番の不安材料となっている。一刻も早く、自粛を止めてもらいたい。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災直後の先月に比べると若干落ち着きが戻り、来月以降、会合の実施も増え始めている。宿泊も震災見舞いや復旧支援の関係者で満室が続いており、売上は前年比の4割程度まで回復している。ただし、大型の宴集会はキャンセルが続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、観光客が激減している。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・機材レンタルや食品業など、東日本大震災による特需も一部で見られるが、全体の景気は相当に落ち込んでいる。特に観光業は大きな打撃を受けている。通信業でも新規契約が落ち込んでいる。
通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で景気が悪くなってきている。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の状況もかなり差はあるが、全体的に設備投資意欲は冷え込んでおり、経費削減にさえ手が回らない状況も多いようである。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降の景気の底から脱したものの、経済活動としてはまだ復旧の段階といえる。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による被害調査以外に仕事がない。
住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・当地域に限ったことではないが、東日本大震災による製品納期の混乱から工事の完成が遅延となり、それに伴い工事待ちの現場が増えている。地域経済そのものが停滞し始めている。

悪く
なっている

商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の前後で状況が大きく変わっており、比較できない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・中旬まで、商店もデパートなど大型店も食品以外は開いていない状態が続いていた。これでは売上を望むべくもなく、例年の半分以下でも仕方がないとあきらめているところである。
商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は計り知れず、いまだ景況を語る状況に至っていない。
一般小売店〔酒〕（経営者）	競争相手の様子	・飲食店には客が入らず、閉店する店も多くなっているため、商品の動きが少なくなっている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災から1か月半が過ぎているが、繁華街の復興は、はかばかしくなく、廃業する店も続いている。特に、高級料理店を5軒も営業している店がつぶれたことは、当地のものにとってショックが大きい。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・被災地であるため、多くの家屋、商店街が破損し、普通の経済活動が行えない状況にある。復興関係は忙しそうにしているが、娯楽関係は壊滅的な悪影響を受けている。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数の減少傾向が続き、売上も激減している。
百貨店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、悲惨な情報の連続により消費マインドが悪化している。食料品等の生活必需品は売れているが、ぜいたく品関連は厳しい状況が続いている。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、高額商品ほど売れなくなっている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が続いている。人口減少のため購買力は減退しており、内陸部においても消費マインドが低下している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災直後に先食い、仮需要等があったため、必要な商品以外は買わない傾向が見られる。また、ガソリン等の値上げにより、日曜日の買い回りが減っている。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・初旬は東日本大震災の影響でまとめ買いが見られ、売上は比較的あったが、中旬以降はまとめ買いの反動が大きく、売上がかなり落ち込んでいる。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、4月23日まで時間短縮で営業していたため、客数は前年比50%、客単価は同120%である。4月24日から24時間営業を再開し、来客数は同90%まで回復しており、客単価は同120%で推移している。客単価が高い理由として、近所のスーパーに比べて当店の品ぞろえが徐々に良くなっていることに加え、余震が続いているため、少しでも買物をしておこうという客の意識がうかがえる。
コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、商品物流が完全に回復していないため、欠品の多い状態が依然として続いている。また、前半は営業時間の短縮を余儀なくされたため、売上は前年比80%、来客数は同72%である。一方、客単価は、たばこの値上げが要因となって同111%である。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、一時的な特需はあったが、物流が滞ったことで商品が続かない状況が続いていた。ここ最近、物流がようやく元に戻ったが、客の買い控えもあり、景気は良くない。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・先月から続く自粛ムードの影響で、春の旅行を中止したり、春物需要に影響が出たりといった動きがみられる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売見込みは、受注量は前年を上回るものの、販売面では供給ショックを受け、前年同月比で45%前後となっている。地域別に見ると、被災地では復旧需要が多く発生しており、中古車は前年の1.5倍、サービス売上は約10%増となっている。一方、内陸部においては、被災地に対する妙な気遣いがあるからか自粛ムードにあり、新車、中古車、サービス共に前年を割り込む状況となっている。
乗用車販売店（経営者）	それ以外	・東日本大震災による損失で、購買意欲が低下している。

自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響による自粛で、飲食、観光関連業は売上が90%以上減少しており、他の業種も原材料や資材の入手に難儀している。消費マインドが大幅に低下している。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災による直接被害に加え、間接被害として売上也減少しており、対策を立てられない状況である。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、ガソリンを始めさまざまなものが不足し、物が動かなかったが、ようやく少しは動き出してきている。ただし、先行きが不透明なこともあり、耐久消費財の方までは回ってきていない。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災により、当店も1か月の休業を余儀なくされ、4月半ばからようやく営業再開にこぎつけることができた。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災及び断続的に続く余震等で、人的物的被害が少なかった地域でも、節電などの影響で、すべてのイベントが中止や自粛になっており、街の中が全く動かない状況になっている。観光客のキャンセルも相次ぎ、宿泊施設からの注文はゼロに等しい。経営的に危機的状況に陥っている事業者も少なくない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	それ以外	・福島第一原子力発電所事故の影響が大きい。当地は観光産業が盛んな場所だが、隣県での放射線報道のため観光客が激減している。
その他専門店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・生活必需品と非常用品は動きがあるが、それ以外のものには動きがなく、自粛、節約ムードがはっきりと見られる。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、イベントや歓送迎会関連の飲食が自粛されており、経済的被害もひどい状況である。後半からは少し変わってきたものの、今月もかなりの落ち込みが予想される。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客が不要なものを購入しなくなっており、前年比85%前後で動いている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、売上が大幅に減少しており、景気はますます悪くなっている。
高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・良くなる要素がない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災前も景気が悪かったが、震災後は入っていた予約もすべてキャンセルとなっている。
一般レストラン（経営者）	それ以外	・東日本大震災以降、ガスの供給停止もあり1か月ほど休業していたため、かなりの落ち込みとなっている。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の復旧作業で来ている工事関係者が来店することもあったが、景気は悪くなっている。地元の企業でも、体力のないところはどんどん潰れていっている。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の余波が引き続き地域全体に広がっており、復興にも相当に時間を要するため、人が街に繰り出して食事を楽しむ余裕が見受けられない。
一般レストラン（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が依然続いており、売上が前年比50%となっている。特に自粛ムードが強いので、夜の売上が惨たんたる状況である。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災では、地震、津波、福島第一原子力発電所事故とこれまで経験したことのない事態が起こっており、比較は不可能である。発生後、2週間ほど電気や水が止まり、一般客の営業を中断したが、その間、災害復旧のための支援隊が毎日300～400名ほど宿泊し、現在も継続している。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災による風評被害がひどく、3、4月は県外からの客はほぼ全滅となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、すべての予約がキャンセルとなっている。災害救助法にもとづく避難所に指定され、当旅館を含め温泉地区全体で800人ほどが宿泊しているが、地域経済を押し上げるほどではない。また、工事関係者の宿泊需要もあるが、いずれも一時的である。

	観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で宿泊キャンセルが多く、今月の販売量は前年比で50%減である。ゴールデンウィークを前に一時的に予約数は伸びたが、それ以降は問い合わせも少なく、予約がない。	
	都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・売上は前年比55%減となっている。例年だと歓迎会シーズンだが、今年は中止や延期するところが多くなっている。福島第一原子力発電所の問題や自粛ムードがあり、結婚式も7割が延期となっている。一部、宿泊だけが復旧支援の特需で上回っているが、それ以外は軒並みダウンしている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新幹線がストップしたため、客が当地まで来ることができなくなっている。また、自粛ムードにより、一般の宴会がなくなっている。ただし、婚礼は中止でなく延期となっている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災によりキャンセルとなった一般宴会は、官公庁の自粛解除に伴い7、8割まで回復したが、宿泊部門は低迷している。震災の影響は計り知れない。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新幹線が営業を再開しておらず、空港も本来の動きでないため、商品づくりが全くできない状況となっている。	
	タクシー運転手 タクシー運転手	販売量の動き 来客数の動き	・こういった状況なので仕方ないが、乗客が少ない。 ・東日本大震災の影響で景気が非常に悪くなっている。	
	通信会社（営業担当）	それ以外	・来客数及び販売数は前年を上回っているが、震災特需の傾向が大きく、単純な比較はできない。	
	観光名所（職員）	来客数の動き	・東北6県以外からの団体客及びフリー客が全く来ないため、来客数は前年比90%減となっている。	
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、35日間休業し、その後、復興キャンペーンとして9日間入園を無料にして再開したが、それなりの手ごたえは感じられた。しかし、営業収入の機会損失と震災復旧費用の負担は大きい。	
	競艇場（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響に加え、震災後の政府の支援が不十分である。	
	美容室（経営者）	単価の動き	・東日本大震災により、営業店舗も半分になっている。また、価格も通常の半分で提供しており、営業店舗でも前年比100%の水準には戻っていない。	
	その他サービス [自動車整備業]（経営者）	それ以外	・当地域は直接の被災地ではないが、東日本大震災発生後の経済活動は停滞というより沈滞している。ゴールデンウィーク直前のこの時期になっても回復の兆しは全く見られず、原材料の不足とガソリン及び燃料の高騰だけが進んでいる。	
企業 動向 関連	良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・市役所のリフォーム工事補助金事業が引き金となって民間小口工事を掘り起こし、増加につながっている。
		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	・東北の清酒を購入して復興支援をとの動きから、今月に入り関東以西からの受注が大幅に増えている。思いもかけない復興支援需要で、当県及び隣県の蔵元は供給が追いつかないほどで、地元消費の低迷を大きくカバーしている。
	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	・東日本大震災直後の仮需要は落ち着いたが、日持ちのする食品は店頭での動きも良く、業界をみても増産している会社が多い。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が改善してきている。ただし、東日本大震災による特需の要素もあり、慎重に状況判断する必要がある。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の出荷数が増加してきている。
	変わらない	金融業（営業担当）	取引先の様子	・各業種で売上が減少している。また、災害及び復旧資金の需要が増えている。
	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	・東日本大震災後、直売所に出している農作物の売行きが良くない。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災により東北地域は未曾有の被害を受けたため、地域経済は大きく停滞している。特に、当地域は福島第一原子力発電所事故による放射性物質の問題で、今後どの方向に向かうのか予想もつかない状況である。ただし、業種によっては災害復旧需要の恩恵を受けるため、一概に悪いとはいえない。

	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・民間の仕事が抑えられている。
	土石製品製造販 売（従業員）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で、当初予定していた建設工事はほとんど中止となっている。工場も地震や津波の影響で稼働できなくなっている。
	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響が大きい。省エネや節約、エコの傾向にあるため、開発製品もプレミアム製品からエコノミークラスが中心となり、売上が減少している。
	建設業（企画担 当）	取引先の様子	・東日本大震災での被害により、全業種で悪化している。
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・東日本大震災により、通常の営業活動が困難で、新規顧客獲得に動ける状況にないため、既存顧客のケアに集中している。
悪く なっている	農林水産業（従 業者）	それ以外	・今年の果物は放射性物質に汚染されているとの風評被害があるため、農業者の間からは例年通り販売できるか心配する声が聞こえてくる。また、地元の温泉旅館では、客が全く来ないと嘆きの声があがっている。
	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で工場のラインがすべて稼働できない状況となっている。また、7割の店舗で営業を再開したものの、売上は約半分となっている。
	木材木製品製造 業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響が大きく、一般住宅の着工は部材の不足や様子見の状況となっており、住宅部材は受注減になっている。
	出版・印刷・同 関連産業（経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・3月の売上は前年同月比60%、4月は80%と、1年で一番の稼ぎ時にもかかわらず、厳しい結果となっている。
	一般機械器具製 造業（経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災以降、自動車メーカーの生産調整を受け、一部ラインが停止している。
	電気機械器具製 造業（営 業担当）	取引先の様子	・被災した企業はこれから先の状況が全く見えないような厳しい状況である。
	輸送業（営 業者）	取引先の様子	・主要荷主数社の復旧が予想以上に遅れており、早くても6月から、遅いところでは今年一杯かかる見通しとなっている。
	通信業（営 業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が大きくなっている。
	金融業（広 報担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、直接被害がなかった地域も自粛ムードで低迷している。しかし、震災直後と比較すれば若干は改善してきている。
	広告業協会（役 員）	取引先の様子	・東日本大震災後、発注はばったり途絶えている。広告会社は社員の自宅待機や早期退職の奨励などでしのいできたが、ここに来て持ちこたえられず、廃業する企業も出てきている。
	広告代理店（営 業者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災以降、定期発行印刷物の中止、土産品にかかわる包装紙や掛紙、パンフレット等の印刷物の発注控え、広報活動の自粛などにより、仕事は全く見えてこない。そのため、今月の売上は前年比40%減の落ち込みとなる。
	新聞販売店〔広 告〕（店主）	それ以外	・東日本大震災で沿岸部を中心に壊滅的な打撃を受け、水産業界を中心に施設設備が流出した。また、生活者も相当数の家屋の流出や倒壊、約2,000人が不明、死亡といった状況である。景気の動向以前の問題に苦悩している。
	経営コンサル タント	それ以外	・東日本大震災の影響により、3か月前と現在で景気を測る尺度が断絶しており、時系列的に判断することには無理がある。
	公認会計士	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、クライアント自体、会社を流されたり、店舗が津波の被害を受けたりするなどしており、その損失処理で赤字が大幅に膨らんでいる会社が多い。
	コピーサービ ス業（営 業者）	それ以外	・東日本大震災からの復興は道半ばという状況である。
その他非製造業 〔飲食品卸 業〕（営 業者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災により、受注活動はほとんどできない状況となっている。商品もそろわず、ただ一方的に送られてきたものをそのまま割り当てて送っている。	

		その他企業 [工場施設管理] (従業員)	取引先の様子	・現在の状況は横ばい又は悪化してきている。東日本大震災の影響で部材の確保が難航している。また、設備などもまだ稼働できないところがあり、震災で遅れが生じたロットのリカバリーに追われ、震災前の水準に戻っていない。
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)	それ以外	・損害保険会社や生命保険会社で震災特需が見られる。また、瓦礫の撤去の終了とともに作業員が戻ってきており、市内で停止していた案件、工事が徐々に動き始めている。
	変わらない	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は引き続き増加しているものの、増加率は鈍化している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・水産加工会社や旅行産業、観光産業が軒並み採用をストップしている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・東日本大震災の影響から新規求人数が落ち込み、求人倍率も15か月ぶりに前年同月を下回っている。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・一旦収まっていた休業などの雇用調整の実施に係る相談が増加している。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・東日本大震災の影響により、新規求人数は伸び悩んでおり、有効求人倍率も低迷している。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・東日本大震災の影響による求人取消が増えている。特に、ホテル、旅館業などは自粛の影響がまだ残っているため、採用を延期されたり、取り消されたりしている。また、製造業でも原材料が入荷せず、生産を停止している状況が見られる。
		職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・東日本大震災直後は離職者の発生は目立たなかったが、4月に入り宿泊関連や製造業を中心に離職者が増加している。
	悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・東日本大震災により、稼働派遣社員の2割以上、派遣先企業の2割弱が休業しており、業績に及ぼす影響は大きい。
		人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が大きすぎる。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・東日本大震災発生後、被災地の経済、金が回っておらず、どの取引先も前向きではあるが具体的要素が少ない。
		アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・東日本大震災以降、一般の仕事が全くない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・東日本大震災以降は景気全体が最悪の状態となっているが、求人数そのものは落ちるところか、逆にやや増える傾向にある。これは、支援を含め、震災特需業種が当地域を重点に雇用の呼びかけをしているためである。ただし、被災した企業においては、解雇や雇用調整をすることで、あるいは会社自体がなくなったところもある。
新聞社 [求人広告] (担当者)		それ以外	・東日本大震災の影響で売上高が大幅に減少している。震災後は前年同期比75%程度で推移している。今年4月に新卒を1人採用し、9月にも1人予定しているが、取り止めるかもしれない。	
新聞社 [求人広告] (担当者)		周辺企業の様子	・東日本大震災により、県内企業の経済活動が連鎖的に停滞し、全く動きがない状況になっている。特に、春からの観光シーズンを前に、誘客が期待できない観光関連事業者の打撃が大きくなっている。自動車や半導体の工場は徐々に生産を再開しているが、本格的な生産はまだまだこれからである。	
職業安定所 (職員)		求人数の動き	・東日本大震災の影響で、新規求人が大幅に減少している。また、雇用調整助成金の問い合わせや申請が増加している。	
職業安定所 (職員)		求人数の動き	・東日本大震災による影響は計り知れず、景気は悪化している。新規求人数は前年同月比で大幅に減少しており、5か月連続で減少している。	
職業安定所 (職員)	求人数の動き	・東日本大震災により、建物や工場の破損、物流関係の麻痺、放射性物質による風評被害が起きている。		