

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	商店街（代表者）	・5～7月くらいまで、前年比80%程度の水準で推移するが、現状よりは良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来街者は徐々に増えているが、店舗の撤退などはまだまだ増加することが予想される。一方で、復旧が完了した店も出てきており、客の要望に答えられる態勢が整ってくる。
		商店街（代表者）	・来客数も観光客の宿泊状況も少しずつ回復している。この先、天候に恵まれれば、夏場にかけて客の動きは活発になり、観光客の再活性にもつながっていく。普通の生活に戻ること、普通の生活を送ることが震災を受けた被災者にとって復興となる。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・3月の売上動向からすれば数字そのものは良くなるが、前年からの状況を考えると不透明である。国の政策あるいは復旧に対する助成などの動きによっては、更に変動する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今が底なので、今後は良くなることが予想される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・現在、被災地では避難生活に必要な商品が売れているが、今後は、復興に向けた消費に移っていくことから、需要の増加は続くと予想される。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災以降、前年と比べて街に人が出てきているように感じられる。陽気になってきたこと以外に心の変化があるように見受けられ、景気回復のきっかけとなることを期待している。
		百貨店（経営者）	・衣料品を中心とした季節商材のまとめ買いが見られる。また、宝飾品関連が売れてきている。地域の催事、イベントの開催決定で、若干ではあるが必需品を買い求める機会が出てきている。ただし、カジュアルは上昇傾向だが、フォーマルの厳しい状況は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響で休止していた近隣マンションの建設工事がようやく再開したほか、4月から着工予定だった近隣の大規模建設工事の間もなく開始の予定であり、工事関係者の来客増が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・物流も大分回復し、品ぞろえも良くなってきている。
		コンビニ（経営者）	・徐々に商品も入ってきて、客も戻りつつあるので、良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・商品物流は正常化に向かい、客数も回復していくと予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・幹線道路沿いの一部店舗は、復興需要による売上、客数の増加が見込まれるが、全店というわけではない。また、例年であればゴールデンウィークから夏場にかけて本格化する行楽需要の激減が懸念される。特に福島第一原子力発電所事故の影響によって被害がより大きく、そして長期化する可能性がある。したがって、良い店と悪い店、プラスマイナスが混在するような状況が予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・東北以外からの客の流入次第で数値は大きく変わる。一帯で店舗が倒壊した商圈もあるため、マクロの視点では収益は大幅に減少する。ただし、交通機関の復旧状況と自粛ムードの解消によっては、売上が東日本大震災前の水準に早く戻る可能性もある。
		コンビニ（店長）	・建設業界において仕事に事欠かない状況となっており、コンビニにおいても、それらの客が高回転することが予想される。
		衣料品専門店（店長）	・カジュアル衣料を中心に買上客が大きく増加していることと、商品単価を補うだけの1人当たりの買上点数が伸びていることから、やや良くなる。
衣料品専門店（店長）	・自粛ムードも徐々に解消され、正常に戻っていくと予想される。		
乗用車販売店（経営者）	・6月以降、メーカーの生産ラインもほぼ復旧し、入荷待ちになっている注文の解消を中心に売上の増加が期待される。		
乗用車販売店（経営者）	・4月後半に入り、天候が良くなるのと並行して、市場も少しずつ動き始めている。		
住関連専門店（経営者）	・東日本大震災後、復旧復興に向けて動きだしてきているので、太平洋沿岸地域からの客も少しずつ増えてきて、売上も確保できるようになると予想される。		

住関連専門店（経営者）	・東日本大震災後1か月、休業を余儀なくされたが、最近になり少しずつ注文が入るようになっており、いくらか回復傾向が感じられる。この先も、急激にはいかないが、徐々に回復基調になることが予想される。	
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度に入り人が動き始めており、今より多少品物は動く予想される。しかし、極度の節電やエコ運動が始まれば、制服関係の売上もかなりの減少が見込まれる。	
一般レストラン（支配人）	・宴会予約が徐々に入ってきており、4月が底だと期待したい。	
都市型ホテル（スタッフ）	・納涼会のセールスを強化しているが、東日本大震災による反動か、一般宴会の感触は良い。関東地区の海水浴客を中心とした家族やグループの動向如何となるが、ある程度の期待はできる。	
旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題は残るが、4月の中下旬にかけて、有名テーマパークの営業再開や新幹線の全線営業再開も予定されており、今後は回復に向かうことが予想される。	
タクシー運転手	・東日本大震災の影響で街が大きく破壊されており、復旧が急いで行われている。その影響が良い方向に出てくることを期待している。	
通信会社（営業担当）	・新幹線が全線で運転再開し、インフラが復旧すれば現状よりは回復するのではと期待している。	
観光名所（職員）	・ゴールデンウィークを迎え、少人数の予約も若干入ってきている。また、フリー客も10人、20人の単位で戻ってきており、3、4月に比べれば良くなる。	
変わらない	商店街（代表者）	・2、3か月では変化は出てこない。
	商店街（代表者）	・震災復興関連の事業が増える。
	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・今年はこのままで推移していくのではと予想している。前年の動きを踏まえて資金繰り等をしているが、読めない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良い方向に向かうとは思えず、変わらない。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災により失業した客も多く、売掛金の回収が難しくなっている。商品も売れず、景気の回復はまだまだである。
	百貨店（販促担当）	・当地域はプラスになる環境要件があるものの、売上は前年ベースで推移している。また、ファッションで仕掛けをしているものの客の反応はまだ弱い。そのため、当面は現状と変わらない。
	スーパー（店長）	・4月後半、ここ1週間の売上動向を見ると、東日本大震災前の状況にほぼ戻っているため、3か月後についても、販売量、来客数共に変化はなく、現在の状況が続くことが予想される。
	スーパー（店長）	・景気の回復は東日本大震災の影響がどのくらい続くかによるが、まだ予想がつかない。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災の復興需要で建設関連や土木関連の仕事がある一方、企業の業績悪化により仕事を失う人も増えつつある。この状況はしばらく続く予想される。また、品ぞろえが震災前の状態に戻るには2、3か月かかると思われ、当店を含め住宅街に立地している小売業の苦戦は免れない。
	衣料品専門店（経営者）	・被災地優先のため、その他の地域では商品供給がままならない状況となっており、被災地の早期復旧と福島第一原子力発電所事故の早期解決が望まれる。
	衣料品専門店（経営者）	・末端の小売業者の売上が伸びないなか、同業他社も廃業を余儀なくされる状況である。そのため、中間卸売業者もその煽りを受けて商品が回らず、ピラミッドの上部に位置するメーカーも生産を縮小するなどしており、繊維業界は右肩下がり推移する。
	衣料品専門店（店長）	・東日本大震災による消費の冷え込みを懸念している。一方、例年以上にビジネスに力を入れていこうという意識も感じられるので、スーツその他の需要がそこそこ出てきて、現状と変わらないまま推移していくのではないかと予想している。
	衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響による自粛ムードでビジネスマンの来店が減少しており、今後も続く。また、省エネによるクールビズでスーツの売上低迷が予想される。
	衣料品専門店（総務担当）	・現状から、先行き不安感は一層高まる。
家電量販店（店長）	・東日本大震災の復興が優先され、景気対策の改善が見込めない。	
家電量販店（店長）	・この先2、3か月、地場産業の従業員の収入減が見込まれる。	

乗用車販売店（経営者）	・普通の経済状況に戻るような傾向も見られるので、これからは少しずつ良くなっていく。
乗用車販売店（従業員）	・当地では東日本大震災の影響がほとんどなくなり、販売が伸びているので、今後も現在のやや良い状態が続くことが予想される。
住関連専門店（経営者）	・不要不急な単価の高い耐久消費財の需要が回復するまでには相当な時間を要する。そのため、現在の売上でも持ちこたえられるよう経費を圧縮できるかが鍵であり、大変厳しくなる。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客の様子から購買意欲は減退の傾向がしばらく続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災の影響は続くことが予想され、販売量の回復は望めない。
一般レストラン（経営者）	・良くなる材料が見当たらず、今後の見通しは全く立たない。
スナック（経営者）	・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が、依然として厳しい状況は続いている。2、3か月は現在の状況が続くことが予想される。
通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しい。
通信会社（営業担当）	・東日本大震災から1か月半が過ぎ、沿岸部を除き復興に拍車がかかっている。経済活動の維持を訴求する報道や番組の効果もあって自粛ムードを排する気運も高まっており、一定の効果も期待している。ただし、福島第一原子力発電所の収束を見ない限り、全体の底上げには至らず、震災前のレベルには戻らない。
通信会社（営業担当）	・東日本大震災の復興需要がしばらく続くと予想される。
遊園地（経営者）	・現在が底であり、ゆるやかに回復していくことを期待したい。東日本大震災から3か月経過後の状況を注視した上で、その後の対応策をとっていくつもりである。
美容室（経営者）	・景気が悪い上に、東日本大震災で更に落ち込んだ状況からなかなか回復しない。
設計事務所（経営者）	・資材が手に入らない状況がしばらく続く見通しで、新築等の案件は出てこない。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・東日本大震災による影響で、業界全体の見通しが立たない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・集客に向けたイベント等は自粛ムードがある。節約、自粛により盛り上がりは期待できない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災によって、多くの人が悲観的な気持ちになっている。景気が上向くためには多少は無駄な商品も必要だが、そのような物に手が出せるような楽観的な状況にない。
百貨店（売場主任）	・現在は東日本大震災の被災者の生活用品すべてに動きを感じるが、ある程度そろえば動きは止まる。先行きの不安から、必需品のみの購入となる。
百貨店（営業担当）	・今後は防災用品、見舞品、お返しといった用途の商品の売上が一時的に上がることが予想される。一方で、宝石、美術、ブランド品といった高額品の売上が回復するまでには時間がかかる。
百貨店（売場担当）	・東日本大震災が与えた影響は大きく、外出や旅行の自粛が経済にも大きく響いてくることが予想される。当然、百貨店への来店にも大きく影響してくるし、出かける用途がなければ買物もしないという悪循環が生まれる。
スーパー（経営者）	・製造業で東日本大震災の影響が出ており、全体的に稼働率が下がっている。じわじわと影響が出るのが予想される。
スーパー（店長）	・一時休業中の競合店も5月には営業を再開することに加え、イベントなど各種行事も自粛ムードにあるため、景気は先行き不安感が残る状況となる。
スーパー（店長）	・今月に入り、消費は明らかに鈍化している。競合各社共に販促策を強化しているが、客の反応は鈍く、この傾向はしばらく続く。
スーパー（総務担当）	・失業給付を受ける生活者が増え、企業の採用再開や復興事業等による雇用拡大の見通しが全く見えてこないなかで、景気悪化の傾向は続くと予想される。福島第一原子力発電所事故を早く収束させ、国による復興事業を速やかにかつ広範に実施し、雇用拡大や景気の底上げを図ってもらいたい。
スーパー（営業担当）	・震災復興に向けた政府の対応が遅く、具体的でないため、景気はやや悪くなる。

スーパー（販促担当）	・商品の供給が一段落し、競合各社の店舗復旧が進むと現状の客の購買動向も落ち着く。また、今回被災した大手メーカーの西日本への工場移転等により、雇用の低下とそれに伴う景気の低迷が懸念される。	
コンビニ（エリア担当）	・被災地での具体的な復興対策が提示されない限り、全く先が見えない。	
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響は大きく、特に当県では沿岸部を中心に甚大な被害を受けている。こういったなか、仕事を失った人も多く、先行きは非常に不透明である。	
コンビニ（エリア担当）	・他地域から観光シーズンを迎える東北地方への客の流入に不安があり、売上について楽観的な予測はできない。	
家電量販店（店長）	・復興需要でやや良いと思われていた景気は、徐々に悪くなる。	
乗用車販売店（経営者）	・新車は納車できず、中古車は品不足により市場価格が高騰しているため、車両販売の低迷はしばらく続くことが懸念される。	
乗用車販売店（経営者）	・物流は、東日本大震災直後に比べ格段に改善しているが、油脂や部品の不足はしばらく続く見通しである。そのため、頼みのサービス部門の売上も追加整備、予防整備が思い通りにいかず、苦戦を強いられる。	
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・東日本大震災の復旧復興に関連した仕事が増えており、需要に追いつかない状態である。しかしながら、一般の物販と利幅の条件が異なるため、利益が出ない状況となっている。今後はその辺りを立て直していかないと、企業収益や雇用の面で悪循環が続いていく。	
高級レストラン（支配人）	・復興需要が出てくるのは数か月先で、夏場には節電の問題も浮上するため、明るい要素が見当たらない。	
一般レストラン（スタッフ）	・飲食を控えるというか、できるだけお金を使わないという傾向が続き、景気は更に悪くなることが予想される。	
都市型ホテル（スタッフ）	・ただでさえ人口減により当地の経済が悪かったのに、東日本大震災の発生で更に悪くなっている。当地は回復力が弱いいため、このダメージから立ち直ることができるか心配している。	
都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の事故の影響があり、復旧支援関係者の宿泊もやがて収まるため、当面は厳しい状況が続く。	
タクシー運転手	・東日本大震災の影響で全く先が見えない。	
通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響により、一部の企業を除き、景気は当面低迷すると予想される。	
通信会社（営業担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故への政府対応がはっきり見えない。	
美容室（経営者）	・2、3か月はがれきの撤去などを行っていく。景気回復などプラスの要因は考えられず、地元はますます疲弊していく。	
住宅販売会社（経営者）	・太平洋側にはヒト、モノ、カネのすべてが最優先で投下され、西日本がバックアップするなど、復興支援を合言葉に全国的な展開を見せている反面、日本海側は衰退し始めている。	
悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・繁華街においても問題のあるビルが出ており、現在復旧して開業している店は約60%となっている。この先、ビルの建て直し等もあり、復興には大変な時間がかかることが予想される。
	百貨店（広報担当）	・東日本大震災の発生後、消費マインドの低下により節約志向が一層強まっており、不要不急のものを買い控える動きも強くなる。また、企業業績の悪化により、個人所得も減少することが予想される。
	百貨店（経営者）	・東日本大震災以降、各業種押しなべてマインドが低下している。直接、間接両方の影響が大きく、今後は企業倒産も含めて一段と悪化する懸念がある。
	百貨店（経営者）	・余震や福島第一原子力発電所の事故の影響による景気の停滞が予想され、消費は低迷する。
	スーパー（経営者）	・東日本大震災以降、現在まで復興が進んでいない。こういった状態が続くことが予想されるため、消費購買力の拡大は見込めない。人口の減少に加え、場合によっては移住ということも考えられる。
	スーパー（経営者）	・商品調達の不透明感と、コストプッシュによる商品原価の上昇、更には原価上昇分の転嫁が思うように進まない状況が続く。
	スーパー（店長）	・復興の最中に便乗して儲けようとする企業が多くなることが懸念される。生活が厳しい人が多く、景気の回復には程遠い。

コンビニ（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故による風評被害で、総合的に数字がかなり落ち込む。
衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災による県内経済の悪化はしばらくの間続き、特に必需品以外のファッション衣料は、自粛ムードもあり厳しくなる。
乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車、サービス共に引き続き需要は多くなると予想しているが、新車、中古車共に在庫がガラガラの状態である。車両販売では開店休業となることが懸念されている。
乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の復旧の目途が立たないうちは、景気回復はない。
自動車備品販売店（経営者）	・余震が長く続くと、旅行など移動をしなくなるため、観光に伴う消費はなかなか元に戻らない。当地の土地区画整理事業の予算も半分が震災復興に回されるため、経済効果も期待できず、低下した消費マインドが上向きには時間がかかる。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・短期的な問題ではないので、落ち着くまでには長いスパンで考えなければならないが、このような状況が続けば更に経済は厳しくなり、閉店や倒産に追い込まれる企業も少なくない。被災した方々もたくさん避難してきている状況で自粛がどこまで必要なかを全体で考えていかなければならない。先が全く見えないなかでの経営が怖い。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災の影響がどこまで続くか見通しが立たない。
その他専門店〔靴〕（経営者）	・東日本大震災発生後の2次、3次被害で解雇や自宅待機の企業が増加しているため、消費者の所得がひっ迫していくことが懸念される。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・自粛ムードが緩和され少しは動きも出てくるが、仙台などに大きなシェアを持つところは、大きな落ち込みがしばらく続く。一方、地元が直接的な被災を免れたところでは、それをフォローしつつ東北以外への売り込みを行うことになるが、長期にわたる苦戦が予想される。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災以降、買い控えの傾向が見られる。今後どうなるか見通しが立たない。
高級レストラン（経営者）	・良くなる要素として考えられるものが一つもない。
一般レストラン（経営者）	・客は8、9割くらいまで戻りつつあるが、東日本大震災の影響は大きく、ここ3か月先くらいはかなり厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・時間やお金に余裕がないと飲食店で食事をしない。また、被災地に隣接する当店周辺では、会社の資金が底をついてきているところもみられる。したがって、生活困難者は末広がりで増えると予想される。
観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災以降、3か月先までの予約は8割方キャンセルとなっており、再予約の見通しは暗い。また、行事はすべて中止となっている。施設は完全復旧したもの、食材、特に海産物の入手で多少の不便をきたしている。
観光型ホテル（スタッフ）	・本来は観光シーズンが始まり、県外からの客も来る予定であったが、余震や福島第一原子力発電所の状況が毎日映像で流れ、東北は一括りに見られている傾向がある。また、今後の増税のあり方によっては、消費はますます減退し、デフレに更なる拍車をかけるという不安もつきまわっている。総合的な観点から打開できればよいが、しばらくはかなり厳しい状況が続く。
観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィーク過ぎまでは、心身共に疲れたのでとにかく休みたいという、被災地や周辺県からの需要が期待できるが、震災ショックがいずれ収まると、収入減や失業による経済的な理由から、旅行や宿泊の需要はなくなると予想される。また、福島第一原子力発電所事故の影響で、南東北を敬遠するムードが出るのが懸念される。
観光型旅館（スタッフ）	・東日本大震災以降、落ち着きを取り戻しつつあるものの、福島第一原子力発電所事故の収束に見通しが立たない。計画停電や節電の動きが広まるなかで、消費心理が良くなるとは思えない。
都市型ホテル（経営者）	・予定されていた各種大会が軒並みキャンセルとなっていることで、宿泊もキャンセルとなっており、収入が減少することは間違いない。また、自粛ムードが漂っていることで、一般宴会や婚礼のキャンセル、総会関係も懇親会を行わないなどの影響が出ている。婚礼に関しては、福島第一原子力発電所の問題が大きく響いており、延期もしくは中止がほとんどとなっている。

		タクシー運転手	・景気が良くなると思えるような要素がない。
		通信会社（営業担当）	・小売業は持ち直しているが、一時的なものであり、経済はこの先ますます悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所の事故が収束しない限りは、風評被害もなくならず、地域経済の回復が遅くなるため、景気は現在より更に悪化する。
		競艇場（職員）	・政府が復興税や所得税の増税などといったことを打ち上げたため、今後、消費は急激に落ち込む。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気が回復して購買力が戻り、経済が循環し始めないと、復興財源もいずれ枯渇してしまう。政府には震災復興と同時に早急な経済対策の実施を望む。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	－	－
		繊維工業（経営者）	・今後、一般的には災害復旧が進むため、現状より悪くはならないと予想される。ただし、当地域では福島第一原子力発電所事故による出荷停止の状況や放射線量の測定結果次第で、大きな問題を抱える可能性がある。
	建設業（従業員）	・東日本大震災の復興特需を期待している。	
	通信業（営業担当）	・今後は、東日本大震災からの復旧が見込める。	
	金融業（広報担当）	・東日本大震災の影響は長期化が懸念されるが、復興に向けた動きは本格化しつつあり、建設関係を中心に改善していくと予想される。	
	広告業協会（役員）	・東日本大震災以降、ラジオ広告は電力、ガス、交通など生活情報を提供するパーソナルメディアとしての機能が効果を上げ、需要を伸ばしている。また、広告を自粛していた遊技場関係は5月下旬から復活する予定となっている。	
	広告代理店（経営者）	・東日本大震災により、各企業とも軒並み広告ストップという最悪の事態となったが、今後は元気な企業が少しずつ広告を再開するようになる。	
	広告代理店（経営者）	・具体的な案件や問い合わせがあるわけでもなく、今月よりは良くなるだろうという程度である。広告業界に特需はなく、自粛ムードを早く打破し、仕事をつくっていきたい。	
	経営コンサルタント 公認会計士	・少しずつではあるが復興への機運が高まっている。 ・震災復興関係の業種については、3～6か月先以降、順次業績が回復することが見込まれるので、今月よりは景気が良くなる。	
			その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響を考慮すると、どのように推移するか判断が難しい。
		木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が大きく、当面、販売量や単価の改善は進まず、収益に相当なマイナス要因となる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年5月以降は売上が減少する時期であるため、東日本大震災の影響も加わり、大幅に減少することが予想される。
		建設業（経営者）	・資材の入荷遅延や高騰が懸念され、今年の秋ごろまでは現在の景気が続くことが予想される。
		通信業（営業担当）	・当面は正常な営業活動を行えない環境にあり、現状は設備の復旧に全力を注ぐほかない。
		金融業（営業担当）	・良くなる状況には至らない。
		コピーサービス業（経営者）	・景気の状態がどのようになるかということは、現状ではまだ予測しきれない。被災地とそうでないところでは、経済活動も温度差が感じられる。被災地の人たちがどのように元気を出していくかが勝負である。
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・需給も落ち着き、平年の動きに戻る。また、業界内の競争が激化することが予想される。
		土石製品製造販売（従業員）	・工場の再開や建設資材の調達を急ピッチで行っているが、見通しが立たない状態が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・発注元は調達先の多様化を進めているので、東北地域の製造業は非常に厳しい状況に置かれる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響により、今後もすべてにおいて縮小傾向になるため、景気は悪い方向に向かう。
		建設業（企画担当）	・東日本大震災から1か月半が経ち、復旧工事は進んでいるが、復興工事に関していまだに形が何も見えてこないため、将来予測ができず不安が残る。
		輸送業（経営者）	・操業再開が予定通り進むのか不透明で、その間の従業員の仕事の確保が難しい。
		司法書士	・東日本大震災の影響で、建築資材が入荷せず、建物の工事が遅れている。完成時期など見通しが立たないことから、住宅着工自体の受注も少なくなっており、景気に与える影響は今後顕著になると見られる。

		<p>その他企業〔工場施設管理〕（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災で被害を受けた建屋の補修を現在行っているが、まだ時間が掛かり、補修部材なども物によっては入荷に時間が掛かる見通しで、進捗状況は良くない。また、設備の保守パーツも震災前と違って入荷に時間が掛かるため、トラブルが発生すると保守立ち上げに時間を要し、ラインの停止時間が長引く。そのため、ロスが出てしまい、生産性も上がらない。さらに、夏場の電力事情を考慮して生産の前倒しをするため、ゴールデンウィークも通常のシフトで出勤させるようである。
		<p>金属工業協同組合（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災時の受注残と工場損壊による仕事の廻し分等により受注を確保しているが、放射線による汚染や部品調達の困難等により今後は全く不透明であり、景気は減速する。
悪くなる		<p>農林水産業（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福島第一原子力発電所の事故による風評被害が現在もかなりあり、野菜類も値段が付かない状況となっている。6月の桃が生る時期にどうなっているか心配している。
		<p>農林水産業（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当県内では、福島第一原子力発電所からの放射性物質放出による農作物への影響はないものの、風評被害が予想される。特に高級品のさくらんぼは、必須食物ではないため、影響をもろに受けることが懸念される。
		<p>食料品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新幹線がようやく再開したが、土産需要がどれだけ回復するか、また中元需要もどうなるか不安である。
		<p>出版・印刷・同関連産業（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災により避難している方々に早く仮設住宅を造り、公共施設でイベントができるようにならないと、自粛ムード一色で景気の悪い状況が続く。消費は伸びず、景気は落ち込む一方である。また、福島第一原子力発電所の問題が落ち着くか不安である。
		<p>一般機械器具製造業（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響は今年後半まで続く見通しである。それに加え、依然為替水準が円高で推移していることが経営に大きく影響する。
		<p>通信業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響は続く。
		<p>新聞販売店〔広告〕（店主）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一部のスーパー等が店を開けたが、全体的な立ち上がりには程遠く、被災者も生活再建のスタートラインについたばかりであり、景気を語る状況にはない。
		<p>その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3～5月は仮需要に支えられただけで、実際の需要ではない。そのような状況も5月ごろには一旦落ち着き、本当の景気の状態が分かるようになるのは6月以降ではないか。
雇用関連	良くなる	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9月ごろを目途に、大きな案件も進み、復興に向けた大きな人材需要が出てくる。
	やや良くなる	<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体としては最悪の状態が続いているが、当県において復興宣言が出されたこともあり、今後、復興というテーマでいろいろなもの動き出すことが予想される。それにより、現在の状況から多少は回復すると期待している。
		<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の復興関連に動きが出ることや、自粛への反発で消費マインドが向上することに期待する。
		<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費の拡大や物流の正常化が進めば、景気は回復していくと予想される。
変わらない	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災からの復旧復興に相当な時間を要する。 	
	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・復興に向けた経済活動の活発化を予想するが、国の施策次第である。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響は計り知れず、景気は悪化する。新規求人数は5か月連続で減少しており、月間有効求人数は4か月連続での減少となっている。有効求人倍率はわずかずつの減少傾向で推移しており、予断をゆるさない状況となっている。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新卒者向けの求人は前年に比べ増加している。一方、東日本大震災の影響により新たに休業を計画する事業所も増加しており、一進一退の状況が続く。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設業で復興のための求人が増加しているほか、幅広い業種から被災者を対象とする求人の申込が増加してきている。 	
やや悪くなる	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・かまぼこ産業では工場の打撃も大きいというえ、観光客がいないことで売上が前年比6割減となっているようなところもある。また、福島第一原子力発電所の問題で、観光客は戻りそうにないなど、東日本大震災の2次被害で景気が停滞しており、雇用について考えられるような企業は少なく、景気が良くなることはない。 	
	<p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響による新規求人数の落ち込みは続くと思われる。 	

	職業安定所（職員）	・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）	・東日本大震災の影響で、原材料の入手困難や電力需給のひっ迫により生産活動が制限される業種において、求人手控えなどが懸念される。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今後、2、3か月先の景気は更に悪化する。
	アウトソーシング企業（社員）	・東日本大震災により従業員も被災し、依頼があっても受注できる体制ではなく、仕事のない状況は続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一時の自粛ムードは和らいできたものの、経済活動は縮小、萎縮したままである。売上が回復する状況は想像できない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災からの復旧復興を目指した市内各地のまちづくり経済支援策がまとまり、復興事業が具体的に動き出すには、まだ相当の時間がかかる。その間、景気回復は見込めず、厳しい状況が当面続く。
	職業安定所（職員）	・新規求人が減り、求人倍率は低下している。また、東日本大震災の影響による事業縮小や休業に伴い、解雇が増えている。
	職業安定所（職員）	・食料品製造業は、東日本大震災で製造機器が破損したが、県外にある専門の修理業者は放射性物質の風評被害で修理に来てくれず、いつ再開できるかわからない状態となっている。