

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 やや良くなる	家電量販店（店長）	・東日本大震災の復興需要があり、期待が持てる。
		商店街（代表者）	・東日本大震災が底であり、今後は良くなることを期待している。
		商店街（代表者）	・各店の売上実績は、全体的にまだ厳しい状況であるが、一部飲食店では東日本大震災前の実績を上回るどころも出てきており、良い動きが物販店全体に波及することを期待したい。
		商店街（代表者）	・大型店並びに各専門店の催事、セール等によりやく客が訪れるようになってきている。天候が良くなるにつれて、外出の機会も多くなるため、今後の伸びに期待している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・8月になればねぶた祭りが始まるので、少しは観光客も増え、景気が良くなることを期待される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・東日本大震災の復興需要が見られる。また、節電、節水といった節約モードの商品の需要が高まりつつあり、景気は上向きになりつつある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災直後に買いためた分もそろそろなくなってくるころなので、街に買物に出てくる人が増えてくるのではないかと期待している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・事態が落ち着いてくるにつれて、徐々に身の回りへの意識も平時に戻ってくる。そのなかで、緊急時に必要な物資以外の需要も回復してくると予想される。しかし、罹災して衣食住の確保に多大な出費をした人が周囲に多く、仕事も失って消費余力がないため、震災前の水準にはなかなか戻らない。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災で被災した工場等にも動きが出てきているので、夏の中元商戦には大きな期待を持っている。被災地や被災者に1日も早く義援金が渡り、経済の建て直しに使われることを祈っている。
		百貨店（広報担当）	・現在は生活物資を中心に売れているが、今後は東日本大震災からの復興に向けた消費へと移っていく。
		百貨店（販促担当）	・売れ筋アイテムが明確になっているため、商売の攻め手ははっきりとしてきている。これまでのように食品やリビング、セールをメインとした打ち出しだけではなく、ファッションで戦うことができるようになってきている。
		コンビニ（経営者）	・客単価は前年のたばこ増税以来、上昇を維持している。また、今月も買上点数が前年比103%、来客数は同112%となるなど、東日本大震災の影響はなくなりつつあるため、見通しは明るい。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響はまだ残っているが、企業も徐々に回復基調にある。したがって、求人も増え、購買意欲も徐々に高まっていくと予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・夏場にかけての計画停電の有無や福島第一原子力発電所の問題もあり、不透明な部分もあるが、現在よりは若干良くなると予想している。
		コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークの観光需要は全くというほどなく、数値も落ち込んでいたが、各県の夏祭りなどの実施決定に伴う観光促進の報道により、夏場の売上上昇が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の復興関連でさまざまな需要があるため、県内経済が活発化することを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・低調であったビジネス関連もクールビズをきっかけに回復基調であり、好調なカジュアル衣料とあいまって安定した売上確保に結び付いている。
衣料品専門店（店長）	・夏に向けて、節電対応で涼感商材に注目が集まれば、徐々に回復基調に向かう。		
乗用車販売店（経営者）	・6月以降、メーカーの新車生産が9割程度まで回復すれば、新車の需給バランスが回復し、当社においても約2.5か月分ある受注残が販売に繋がり、明るさを取り戻すことができる。しかしながら、これまで経営を支えてきた中古車販売がほぼ一巡し、スローダウンするのではないかと危惧している。		
乗用車販売店（経営者）	・6月から生産回復が見込まれ、需要期とも重なることから、営業活動は活性化する。多くの受注残が解消できれば売上増も期待できる。		
乗用車販売店（経営者）	・延期していた新型車の発売が6月に予定されており、客を呼び込むための材料がそろうと期待している。		
乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災で車が流失した人が多いため、引き続き需要が見込める。		
乗用車販売店（経営者）	・被災車両の再取得に係る税免除が受けられることから、今後も震災特需は続く見通しである。		

	乗用車販売店（従業員）	・車の納期が分かるようになってきているので、3か月先は大分良くなるのではないかと見込める。
	住関連専門店（経営者）	・お盆前くらいにかけて売り出しを予定しており、客も多少は戻るのではないかと期待している。また、客の様子からは若干ではあるが回復基調になりつつあるように感じられる。しかしながら、販売量を例年の水準に戻すのは厳しい状況である。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在のような状況下でお中元商材をどこまで伸ばせるか不安はあるが、夏に向けて生ビール等の需要も多くなると考えられるので、客のニーズに応えられるよう、準備をしていきたい。
	都市型ホテル（スタッフ）	・ひと月ごとに客が戻ってきている。来月くらいまでは非常に厳しい状態が続きそうだが、7、8月ごろからは来客数が安定してくるのではないかと期待している。
	旅行代理店（従業員）	・仙台空港等の交通機関、施設の復旧が進み、通常通りに戻れば、客もそこそこ戻ってくる。ただし、前年並みまで戻るはまだ先である。
	通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響が徐々に減り、上向くことが期待される。
	通信会社（営業担当）	・新商品の発売が予定されている。
変わらない	商店街（代表者）	・復興景気というものを経験したことがなかったが、現在の好調はこの先1～2年といった長いスパンで続くかもしれない。
	商店街（代表者）	・避難者の増加により売上は一時的に増加しているものの、状況は大きく変わらない。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・生活が落ち着いてくれば消費マインドは更に悪化することが予想され、書籍についても少なからず打撃を受ける。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・悪くなる要因も特になく、現状と変わらない。
	百貨店（売場主任）	・この先数か月は現在のような必需品中心の需要が続くことが予想される。
	百貨店（経営者）	・新幹線は全線で運転再開したものの、一部区間の徐行運転により所要時間が1時間ほど余計にかかるため利便性に欠けており、開業効果が出ていない。また、福島第一原子力発電所事故による風評被害で、東北への客の流入も弱い状況が続く。
	百貨店（経営者）	・福島第一原子力発電所事故の収束時期が不透明で、安心できない。果物やお中元などの季節商材の需要も、避難者の所在不明や配達困難などにより大きく落ち込むことが予想される。また、公務員の給与削減などもあり、消費の上向きは期待できない。
	スーパー（店長）	・商品もそろってきており、普段の生活に戻りつつある。
	コンビニ（経営者）	・当地に避難してきている人が買物に来ているため、売上は少し上がっているが、その人たちが他の場所に移ってしまえば、売上が落ち込む可能性が高い。
	コンビニ（経営者）	・この先、週末の天候や気温によって売上が左右される季節に入ることもあり、今以上の好転材料が見当たらない。
	衣料品専門店（経営者）	・風評被害はまだないものの、福島第一原子力発電所の事故が早期に解決されないと東北地方全体に広がる恐れがある。また、メーカーの季節商材の早期切上げや、仕上がり時期の大幅な遅れが続く。
	衣料品専門店（経営者）	・生地メーカーの取扱商材も少なく、小売業も売れないため、取引先の間屋が廃業するなどしており、厳しい状況は続く。
	衣料品専門店（店長）	・東日本大震災によるフォーマルの特需及びクールビズによる需要が一巡した後は、震災による経済の落ち込みが現れるのではないかと懸念している。
	衣料品専門店（総務担当）	・福島第一原子力発電所事故の今後の見通しが不明であり、先行きへの不安が多いため、復興や景気の改善には時間がかかる。
	家電量販店（店長）	・各業界の夏の賞与についても東日本大震災の影響が出つつあり、消費者の動向は不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・新車の購入では納車に時間がかかっている。中古車については、被災地での需要が大きく、商品がそちらに流れていることに加え、特に軽自動車の価格が高騰してきており、商売としては非常にやりにくくなっている。	
住関連専門店（経営者）	・売上は4月より良くなったものの、前年比でマイナスの傾向は続くことが予想される。一層の経費圧縮が必要だが、大変困難である。	
住関連専門店（経営者）	・数は多くないものの来客があるので、今後どうにか仕事を続けていけそうである。	

その他専門店 [食品] (経営者)	・東日本大震災の直後に比べ、人の流れは少しずつだが戻ってきており、先月よりは今月、今月よりは来月というように、景気は一步步回復に向かう。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	・節電の流れから、涼感素材の商材が売れると予想されるが、注文があった時に商品が用意できるか不安である。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・先行き不透明のなかで夏の商戦に向かうが、節電の影響や高速道路休日料金上限1,000円の制度廃止等により、消費マインドは冷え込んでくることが予想される。そのため、石油業界の景気回復は、復興需要頼みとならざるを得ない。
高級レストラン (経営者)	・今より悪くなることはないだろうが、良くなるとも思えない。非常に悪いまま推移していく。
一般レストラン (経営者)	・一時的に店がにぎわうことがあっても、それが継続するとは考えにくい。
一般レストラン (経営者)	・今が景気の底であり、これ以上悪くはならない。
一般レストラン (経営者)	・地域の景気は決して良くなる方向にはいかず、体力のある企業だけが残るのではないかと思われる。
一般レストラン (支配人)	・徐々に戻りつつあるが、本格的な回復にはしばらく時間がかかると予想される。
スナック (経営者)	・自粛ムードも大分緩和されてきており、東日本大震災の発生当初よりは客が戻ってきているが、以前のような状態に戻るにはもうしばらく時間がかかりそうである。
観光型ホテル (経営者)	・料金に関係なく見れば、現在の入込数は前年並みである。ただし、首都圏からの客は激減しており、回復の見込みはない。
都市型ホテル (経営者)	・春の婚礼は秋に延期となり、宴会関係も徐々に戻りつつあるので、現状より悪くなることはないと期待したい。ただし、福島第一原子力発電所の問題がどのように収束するかで状況は大きく変わってくる。
都市型ホテル (スタッフ)	・2、3か月先の一般宴会は引き合いがほとんどなく、自社企画のイベントを立案中である。また、宿泊部門は海水浴客を中心とした県外セールスを強化しており期待したいが、東日本大震災の影響がどう出るか不安もある。
タクシー運転手	・中心市街地は東日本大震災発生前の状況に戻りつつあるものの、依然としてにぎわいは見られず、にぎわいが回復しそうな様子も見られない。
通信会社 (営業担当)	・東日本大震災の影響が残るため、景気改善はあまり期待できない。
通信会社 (営業担当)	・新商品の投入が予定されており、スマートフォンへの買換え需要が期待できる。
遊園地 (経営者)	・夏にはイベントや広告も復活させる予定であるが、復興の動きや消費の回復がどうなるか不透明である。
競艇場 (職員)	・東日本大震災の影響で建築土木関連は景気が良いが、水産業に加え、農業は福島第一原子力発電所の事故による風評被害で不振となっており、先が読めない状況が続く。
設計事務所 (経営者)	・資材の値上がりにより緊急を要するもの以外はまだ様子見のところも多く、景気回復にはもうしばらくかかる見通しである。
やや悪くなる	<p>商店街 (代表者)</p> <p>・これから夏祭りのシーズンとなるが、観光客のホテルのキャンセルなど厳しい状況が見込まれる。</p> <p>一般小売店 [寝具] (経営者)</p> <p>・現在は、東日本大震災後の需要や新年度の始まりということで販売量が増えているが、一段落すれば急激に下がる懸念がある。</p> <p>百貨店 (営業担当)</p> <p>・東日本大震災の反動による特需は一段落し、顧客の関心は節電対策や、福島第一原子力発電所事故に伴う放射線対策などにシフトすると予想される。クールビズに関する需要は見込まれるが、全体としてみると今の勢いはなくなる。</p> <p>スーパー (経営者)</p> <p>・好転する要素が考えられない。復興需要が本格化するまでは我慢するしかない。</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>・自粛ではないが、まだまだ無駄遣いやぜいたくをする気分になれない人が多いように見える。父の日などのギフト商戦や土用の丑の日などが控えているが、全く先が見えない。</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>・競合するショッピングセンターが完全復旧した場合、東日本大震災前のような激戦状態となる。また、現状の儉約傾向が続けば、景気も減退することが予想される。</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>・直接の被災地ではない当地においても、風評被害による観光客の減少や農作物の出荷の減少、輸出制限などが見られ、景気回復のめどはたっていない。特産のさくらんぼの予約状況も前年を下回っている。</p>

	スーパー（総務担当）	・避難者の仮設住宅への入居が始まるので、自活需要により伸びる店が出る一方で、自活需要に関係のない店は不景気に加え節約志向によりかなり厳しくなることが予想され、全体的にはしばらく悪化の傾向となる。雇用拡大のためにも早く復興政策を実施してもらいたい。
	コンビニ（エリア担当）	・復興需要が見込める地域は限定的であるため、東北全体では経済活動が低迷するのではないかと危惧している。特に福島県については、若い世帯の流出も危ぶまれており、時間の経過とともに悪化していくのではないかと不安がある。
	コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災以降、地元企業の倒産件数が増加傾向にあり、更なる景気の後退が懸念される。
	コンビニ（店長）	・印刷業や電力関係、流通業の方々からは、ボーナスは期待できないという話が聞こえてくる一方、建設業で動きが見られる。建設業が動いていることは小売業にとって好材料であるため、やや悪くなる、もしくは変わらないのではないかと予想している。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・周囲の消費意欲は感じられるものの原材料や欲しい商品の価格が高騰してきているため、今までのような買い方ができなくなっている。また、地域には失業状態の人たちもいて、市場の回転が良くなるとは言い難い。
	その他専門店〔靴〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、一時的にせよ失業者が増加することが予想される。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・客の来店回数や買上数量の減少が顕著となっており、儉約ムードが見て取れる。価格も下がりつつあり経営状態も良くはなく、見通しは暗い。
	一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災の影響で客の財布のひもは固くなっているが、この先更に固くなるのではないかと懸念している。
	その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・東日本大震災の影響により、郊外では営業時間を普段より短縮している店が多く、街中もネオンを消し、営業しているかどうかわからない状況であるため、景気は今後ますます悪くなる。
	観光型旅館（経営者）	・東日本大震災後の避難的な宿泊需要が一段落すると、宿泊は減少傾向になると予想している。また、福島第一原子力発電所の問題や温泉街が正常に営業していないなどの風評被害により、一般観光客からの予約がなかなか入らない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の復興需要があり、イベントや宿泊の稼動状況は前年を上回っているものの、婚礼需要は激減したまま回復のめどが立っておらず、全体としては前年割れの状況が続く見通しである。
	通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束時期が不透明である。また、東北は雇用が減少していることに加え、消費動向の低迷と今後の増税見通しから、景気回復の要素が見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・雇用がなく収入が断たれている方も多いため、見通しが全くたたない。
	通信会社（営業担当）	・好転する材料が乏しく、現状維持に精一杯な状況で、経費削減の方向に向かう。
	観光名所（職員）	・個人客は20%くらい戻ってきているが、団体客は依然として戻っていない。これから、さくらんぼや祭りの季節を迎えるが、団体客が戻らない限り、状況は悪くなる一方である。
	美容室（経営者）	・東日本大震災により失業した人も多く、その人たちが仕事に復帰できない状況が続くことも予想されるため、節約傾向は続く。
	住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響は大きい。製品納期の混乱による工事完成延期に伴い、工事待ちの現場が増えており、地域で資金が回らなくなっている。
悪くなる	スーパー（経営者）	・東日本大震災からの復旧復興は全く先が見えない状況であり、消費マインドの冷え込んだ状態が続くことが予想される。
	スーパー（経営者）	・競合店の出店や節電による商品の品薄、更にはマインドの低下が懸念される。
	スーパー（販促担当）	・商品の入荷が安定してきた反面、商品の動きは鈍くなってきている。また、小麦価格の上昇といったマイナス要因がみえてきている。
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・少しずつ客足は戻っているが、飲食店より家での晩酌、より低価格の商品へのシフトが進んでおり、中小企業にとっては非常に厳しい状況が続く。
	観光型ホテル（スタッフ）	・自粛ムードが残っていることに加え、福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響も大きく、かなりの不安を抱えている。元の状態に戻るにはどれくらいかかるのか、いまだ予想がつかかねる状態である。やはり、風評被害をみんなで払しょくすることが大事だと考えている。

		観光型旅館（スタッフ）	・経営計画が見えず、先行きは不安ばかりである。また、消費よりも節約や貯蓄の方向に向かうことが予想される。
		タクシー運転手	・第2次補正予算も出ておらず、地域の復興はますます遅れるのではないかと懸念している。
		タクシー運転手	・東日本大震災からの復旧復興について、客からもいろいろな話を聞くが、多くが中小零細企業であるため、大抵の仕事は大手に持っていかれて、結果的に仕事がないということである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・高速道路料金の値上がりやガソリンなど燃料の高騰に加え、消費税の増税も取りざたされており、消費が伸びるとは考えられない。
企業動向関連	良くなる	その他非製造業〔食品卸売業〕（経営者）	・繁華街の飲食店では、県外からの支援者、出張者による外食が増え、既に復興景気の兆しが見られる。今後、復興事業の本格化に伴い、飲食店への出荷増が見込まれる。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・当業界では、前年と比較しても明らかに消費が回復してきている。
		木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が徐々に小さくなり、正常化していく。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災によるどん底の状態から徐々に上向いていく兆しがあり、省エネ対応の新製品開発にも拍車がかかるため、総合的に景気は回復に向かうと予想される。
		建設業（従業員）	・震災復興に伴う特需が期待される。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災で被災した荷主の一部に操業再開の見込が出てきており、先行きに明るさが見えてきている。
		通信業（営業担当）	・各地方自治体の復興支援プロジェクトが立ち上がり、建設関係の受注が増加すると予想される。
		広告業協会（役員）	・住宅展示場の入場者が急激に増えており、戸建て住宅を始め、マンションや中古住宅もかなりの引き合いがある。また、中古車も好調となっているなど、東日本大震災の復旧特需に期待が持てる。
		広告代理店（経営者）	・やっと動き出した感がある。今よりは十分な手ごたえがあると予想しており、期待したい。
		経営コンサルタント 公認会計士	・復興の兆しが随所に出ており、今後も上向きに推移する。 ・震災復興が徐々に軌道に乗ってくれば、建設関係を中心に業績は少しずつ回復すると予想される。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・ゴールデンウィーク後からは商談などで来訪する業者の数も増えており、明るさが出始めている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・当地域は放射線の影響により、精神的にも落ち着かない状況が続き、風評被害等も心配される。
		土石製品製造販売（従業員）	・東日本大震災の影響が大きく、景気の回復には時間がかかることが見込まれる。
		建設業（経営者）	・資材の遅延や高騰が心配ではあるが、現在の好景気は今年の秋ごろまで続くと予想される。
	通信業（営業担当）	・マイナス要素をばん回する案件が見当たらない状況にあるなか、東日本大震災の影響もあり、当面は取引先の反応もいま一つである。	
	金融業（営業担当）	・悪い情報は多いが、良い情報は全く聞こえてこない。	
	コピーサービス業（経営者）	・政治の方針が明確に出れば、震災特需が生まれ景気も良くなる。	
	その他非製造業〔食品卸売業〕（経営者）	・取引先や商売のエリアが東日本大震災の影響を受けた沿岸地帯なので、非常に大きな痛手を受けている。当社も直接打撃を受けている上、間接的な打撃も大きいと、立ち直すには相当な時間を要する。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響か、宅配さくらんぼの注文が前年よりかなり減少している。	
	食料品製造業（経営者）	・現在は震災復興特需により売上が伸びているが、今後どこまで続くかわからない。	
	食料品製造業（総務担当）	・節電、省エネの徹底と無駄な出費を控える傾向から、嗜好品への支出が減少する。	
	建設業（企画担当）	・東日本大震災による被害のうち、地震被害の復旧工事はあと2、3か月で大部分が完了する見込みである。しかし、沿岸部の津波被害の復興工事については、完了はまだ先になる。	
	司法書士	・東日本大震災による建築資材工場の被災により、工務店などで資材が確保できず、住宅建築が進んでいないため、住宅着工や宅地分譲にも影響が出る。	
	金属工業協同組合（職員）	・電力不足による稼働調整や福島第一原子力発電所の事故による輸出規制、供給体制の分断等から受注の見込みが不透明となっている。また、発注元から新たに、すべての部品等の実測検査といった検査の強化が求められているため、間接費増により、受注単価等で原価割れが生じる。	

	悪くなる	農林水産業（従業者）	・この先、さくらんぼや桃、梨、りんごの季節となるが、農家は福島第一原子力発電所の事故による風評被害で、とても不安な状況に置かれている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東日本大震災の影響はリーマンショックよりもはるかに大きく、この先数か月は倒産企業が更に増加し、景気はますます悪化することが予想される。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、自動車メーカーの生産調整がいつまで続くかが不透明であり、少なくとも上期については大幅な減収が避けられない状況となっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・風評被害が広範な工業製品と地域に及んでいるため、現状より悪くなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・長期就業できる人材は、補助などをもらいながら様子見をしており、優良人材の動きが非常に鈍い。就職弱者にスポットが当たっているが、長続きしないため、結局は良い人材と良い求人が止まったままとなる。
		人材派遣会社（社員）	・すべての業種で復興モードに入ってきており、求人等も東日本大震災前の状況に戻りつつある。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は、復興計画次第では増えると予想される。
		アウトソーシング企業（社員）	・2、3か月先は現状より良くなるが、前年比では悪いと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災による津波被害にあわなかった地区では、平常に戻りつつあるため、今後は企業も含め、経済活動が少しずつ活発になっていくことが期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災からの復興による景気回復が期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国や県の復興に関する補正予算が決まり、事業の前倒し実施などが出来れば、被災者の生活支援、被災地の産業再生が具体的に動き出す。そうなれば、水産関連設備の復旧、整備などが進み、経済の動きなどが出てきて、景況は良くなっていくと予想される。
	職業安定所（職員）	・求人の若干の減少と求職の増加傾向は変わらないが、求人の落ち込みが止まったことから、少し良くなるのではないかと期待している。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の復旧復興には相当な時間を要する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この先良くなるのが先行き不透明である。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災により被災した工場が再開したというニュースも耳にするが、震災の影響により景気はしばらく低迷する。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で6か月ぶりの増加となり、月間有効求人数も5か月ぶりに増加となった。有効求人倍率は、新規求職者の増加が新規求人数の増加をはるかに上回っているため、減少幅が大きくなっており、予断を許さない状況となっている。今後の動向を注視していきたい。
		職業安定所（職員）	・各企業とも求人や休業などの雇用調整の動きに目立った変化は見られない。
		職業安定所（職員）	新規求人数は増加基調にあるものの伸び率は鈍化し、新規求職者を下回っているため、求人倍率は低下している。一方、来春の新卒者向け求人は、前年と比較して増加している。したがって、新卒者の採用については一定の展望を描きつつもの、短期的には厳しい状況が続くと予想される。
		職業安定所（職員）	・東北の中心である宮城県の状況が好転しなければ、厳しい状況は続く。また、福島第一原子力発電所の状況が好転しなければ、東北の観光面での回復は望めない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響が懸念され、求人者の採用意欲に期待を持ちづらい。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・受け入れ企業の減少に加え、新規登録者の減少も続き、就労者の確保が厳しくなっており、その影響は2、3か月先まで続く。