

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 やや良く なっている	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・リクルートの客や成人式の客など、震災需要以外でも来客数が順調に伸びている。
		商店街(代表 者)	販売量の動き	・秋口から、企業、店によっては好況との声が聞かれたが、今月に入り、飲食店やファーストフード店、物販関係も元気が出てきている。
		一般小売店[書 籍](経営者)	販売量の動き	・震災見舞金、あるいは保険金が入ったことで手持ちの現金が多くなっているため、年末に向けて消費マインドが多少は上がっている。
		一般小売店[雑 貨](経営者)	販売量の動き	・ボーナスシーズン前に消費に動きがあったことに加え、気温が下がったことにより季節商材の売行きが好調で、1人当たりの買上点数及び買上金額がやや良くなっている。
		一般小売店[医 薬品](経営 者)	単価の動き	・震災復興に携わる作業員等が風邪関連商品などを勤めに応じて購入しているため、客単価が上がっている。
		一般小売店[寝 具](経営者)	販売量の動き	・全く忙しさが見られなかった前年と比べると忙しくなっている。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・秋冬物の基幹アイテムである婦人コートやセーター、ショートブーツの売上の伸びが顕著となっている。お歳暮商戦も、中元期に見られた震災のお見舞返しの需要は激減したものの、前年を上回る伸びを示しており、1年間お世話になった方へのご挨拶といった意味合いの需要が増えている。
		スーパー(店 長)	単価の動き	・クリスマス、年末年始と高単価の刺身盛り合わせ、すき焼き、寿司、オードブル等の家族で過ごすためのご馳走商品の売上が伸びている。また、お歳暮やおせちも好調となっている。
		コンビニ(エリ ア担当)	販売量の動き	・震災以降、売上が前年を上回る傾向が続いている。加えて、年末需要を取り込むこともできている。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・12月に入り気温が低下し、防寒衣料とリクルートマーケットの需要が伸びている。
		衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・既存店で前年をクリアしている状態が続いているほか、し好性の高いレジャー商品が売れていることから、消費マインドは以前より高まっているようである。
		家電量販店(店 長)	販売量の動き	・被災地の復興需要が見られる。暖房器具を中心に買換え需要の平均単価が上がっている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・震災及びタイの洪水被害による供給不足も改善され、販売台数が伸びている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・軽自動車の新型車発売に伴い、販売が好調に推移している。また、相乗効果で、他車種の売行きも少し伸びてきている。
		住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・震災により家を新築した人の仏壇購入が多くなっており、売上に結び付いている。
		その他専門店 [靴](経営 者)	販売量の動き	・前年より早い積雪により、冬物商材の動きが活発となっている。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・来客数もそこそこで、単価も2、3か月前より上がってきている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・忘年会のシーズンに入り、今年は震災もあったので前年より落ち込むのではないかとみていたが、前年よりも若干良くなっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・後半になるにつれて、駆け込み忘年会が増え、来客数が増加している。
		観光型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・週末あるいは年末年始などの状況について、徐々にではあるが客からの問い合わせが多くなってきている。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊、レストラン、宴会すべての部門で、引き続き、復興支援の関係者や地元客の来店が前年を上回っている。さらに、来月の予約状況も前年を上回っている。	
	通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・景気は依然として良くないが、数か月前よりは上向きの傾向にある。	
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・新規加入者は3か月前から徐々に増加し、今月は前年をやや下回る水準まで回復している。	
	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・規模は小さいものの、住宅等の被災物件以外の仕事が少し出てきている。	

変わらない

商店街（代表者）	来客数の動き	・風評被害や震災の影響はなくなってきている。個人の観光客は前年よりも増えている。ただし、天候により集客に大きな変動があり、前年との比較が難しい。
商店街（代表者）	来客数の動き	・良い天気が続いており、商店街も若干は活気付いている。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・高額商品の販売が好調だが、一部メーカーからの入荷が遅れている。来客数、売上共に横ばいで推移している。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・客はしっかりと物選びをしている。その結果、特に平日は単価がアップし、好調となっている。その反面、自分の生活レベルに合わせた購入の傾向もあり、二極化が進んでいる。
百貨店（企画担当）	単価の動き	・お歳暮商戦は、前年より良い結果が残せそうである。来客数の増加に加え、海外ブランドの好調さが、1人当たり平均購入額や商品1点当たり平均単価のアップに寄与している。また、食品においても高単価商品が好調で、おせちとクリスマスケーキは前年比2割増して推移している。
百貨店（買付担当）	販売量の動き	・当地区は復興需要が強いため、特に好転しているという判断はできない。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・高単価商品がなかなか売れない。特に年配の方の購買意欲が低下している。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・4～11月まで8か月連続で前年、予算共にクリアしている。今月も、前半は防寒、重衣料の不振により前年割れが続いた日もあったが、初積雪を境に持ち直しつつある。しかし、客により買い方には大きな差があり、優良顧客はクリスマス商戦などの動員が買上につながっているが、セール顧客などのフリー客は買い方がシビアである。後半のクリスマス商戦、セール除外の春物の打ち出し、年末年始需要の取り込みなどにより、今月も前年、予算共にクリアするとみている。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・コート等の必需品の範囲に限られるものの、震災後に落ち込んでいた紳士、婦人服等が盛り返ってきている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・ここ3か月続いていた来客数及び客単価の前年比マイナスの状況が止まっている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・原料高騰によると思われるが、前年割れが続いていた平均単価は、9月以降、少しずつアップしてきている。ただし、買上点数は変わらず、来客数も若干の減少傾向がうかがえることから、全体としては変わらない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・日常の買物での節約傾向、低単価傾向は相変わらず続いている。ただし、年末のイベント時の家族での内食などには単価の高いワンランク上の商品を購入する傾向があるなど、金の使い分けが明確になっている。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・政府の景気対策が全くなく、不安材料だけが目立っている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のビルやマンションの修復が一段落したとみられ、朝昼の建築関係者の来店が目立って減っている。来客数以外の数値は好調である。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺住民の暮らしぶりは以前と変わらないが、復興需要に関連し、店の周りで建物の解体や建築が続いているため、米飯や飲料の動きが良い。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数の変化はあまりないが、セールの下見客が多く、買上率が低下している。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・お歳暮商戦は単価及び数量の減少が目立ち、吟味した発注の仕方に変化してきている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・先月同様、客足が遠のいている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・男性は長く着用できる、トレンドを加味した商品を、女性はタンス在庫にない、トレンドを加味した商品を中心に、比較的単価の高い商品を購入する傾向が強くなっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・タイの洪水被害から生産、供給共に回復しつつあるものの、特に売れ筋である新型エコカーが供給不足で、客先への納期が遅れている。加えて、エコカー補助金制度の復活見通しに伴い、年明け登録希望客が増えたことが重なり、販売及び売上の回復がやや遅れ気味である。

乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・車販での来客はあまり伸びていない。一方、保有車両のメンテナンスの依頼は伸びる傾向にあるものの、単価はここ3～4か月、ほぼ横ばいで推移している。
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・客の買物姿勢は非常に慎重であり、まとめ買いをしない。また、新築の客が例年より少ない。
その他専門店 [呉服](経営者)	来客数の動き	・客の高齢化に加え、気候も寒くなってきたため、客足が悪くなっている。
その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・年末商戦で活気付くはずが低調である。
その他専門店 [白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・防寒着の動きが思わしくない。また、全メーカーとも値上げのなかでかなり苦戦している。良い材料は何も無く、悪いままの状況で変わらない。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・冬場に入り、寒波襲来に合わせて需要が増え、燃料の販売が好調である。また、冬タイヤの販売が好調に推移しているため、売上が伸びている。ただし、販売単価が下降気味であり、収益の面では厳しくなっている。一方、年末を迎えて需要が好調な灯油は、仕入れ価格が上がってきているものの、販売価格への転嫁が厳しく、収益が落ちてきている。総じて売上が好調なため、全体的には改善してきている。
高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・4～6月に延期となったプライダル等が開催されている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今年のクリスマスは、例年のようにワインやシャンパンを飲む客がかなり少なくなっており、客単価も減少している。来客数も今一つという状況が続いている。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・年末は例年通りのにぎやかさが見られ、単価だけでなく平日の動きにも変化がみられる。ただし、動くときには活発になるものの、それ以外の日は鈍い様子がかがえる。まんべんなくという年末の安泰感が薄れているようである。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・職種にもよるが、復興関連企業と被災者自身の利用が特に目に付く。来客数は前年比約20%増となっている。
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊に関しては、復興特需の関係で好調に伸びている。忘年会については、例年とほぼ同様の売上となっている。クリスマスやディナーショーなど各種イベントも売上は順調に伸びている。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・クリスマスケーキ、おせち販売を含め、各部門とも好調に推移しており、震災後初めて単月予算達成の見込みだが、賞与は支給されず、厳しい状況に変わりはない。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・復興支援等による仕事が出てきており、3か月前と変わらず、やや良い状態が続いている。
タクシー運転手	来客数の動き	・忘年会等を期待したが、今年の忘年会は11月から始まっているところが多く、今月の後半は客が非常に少ない日が続いている。
通信会社(営業担当)	単価の動き	・携帯電話業界はスマートフォンが市場をけん引し、フィーチャーフォンは売行きが落ちている。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・設備投資は依然として冷え込んでおり、悪い状況に変化は無い。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・受注は既存の更新ばかりで、新規がない。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・スマートフォンの買換え需要が増えている。しかし、人気商品の在庫切れが続き、販売機会のロスが発生している。
観光名所(職員)	来客数の動き	・客単価はさほど変わっていないが、来客数は3か月前と変わらず、前年比約10数%～20%の落ち込みが続いている。
遊園地(経営者)	来客数の動き	・今月は土日祝日のみの営業となっている。連休もありカレンダーまわりも良かったが、上旬からの寒さにより、例年並みにとどまっている。
美容室(経営者)	単価の動き	・客がメニューをプラスすることがなく、単価の低い状況が続いている。
その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・年末の販売状況は例年とは全く異なり、客が少なく物も売れない状態である。景況は改善していない。

	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・受注量が安定している。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・東日本大震災から9か月が過ぎ、さすがに急激な復興景気は一息ついた感がある。繁華街では伸びが続いていると聞くが、商店街のクリスマス商戦や年末商戦はむしろ下向きになっている。
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・震災後の自粛の表れか、年末商戦が盛り上がらない。また、忘年会も小規模になり、飲食店は前年比を下回っている。
	一般小売店[ス ポーツ用品] (経営者)	販売量の動き	・前月の販売量は非常に悪かったが、歳末の売出しも客足が伸びない。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	単価の動き	・今月は会員セールと年末セールを開催したが、会員セールの客足が芳しくなく販売量が減っているため、単価の動きも悪くなっている。年末セールは天候に恵まれなかった。また、来店しても、同じ商品をまとめ買いする人が少なくなっている。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	単価の動き	・12月は例年だと平均的な月間売上から2割ほど上昇するが、今年は同じ動きにはなっていない。来客数はわずかに上昇したものの客単価が低下しており、相殺されている。年末要因が下支えしているものの、消費基調は悪化している。
	百貨店(総務担 当)	それ以外	・消費税の増税問題等により、先行きに不透明感があるため、買物に対する堅実な動きが見られる。
	百貨店(経営 者)	来客数の動き	・来客数の減少により鮮魚、青果、精肉の生鮮3品を中心とした食品が厳しい。原発関連の報道がなされる度、その対象となった商品の買上点数が減少している。また、復興イベントなどは一極集中であり、人の流れも商品の量もそちらに集中するため大変厳しい。
	スーパー(経営 者)	販売量の動き	・雇用保険が切れるためなのがよくわからないが、3か月前と比べると販売量はかなり落ちてきている。
	スーパー(販促 担当)	お客様の様子	・競合店のチラシ価格が非常に強くなってきており、客もチラシ価格で店舗を使い分ける傾向が強くなってきているなど、生活防衛感が強まっている様子が見られる。
	コンビニ(経営 者)	単価の動き	・たばこやホットコーヒーなどを買い控える客が多くなっている。客は金を使わなくなっている。
	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・客単価は前年比100%を維持しているが、来客数が伸びず前年割れをしている。また、客は必要以外のものを買わなくなっている。
	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年水準を超えており好調だが、高速道路の無料化によって一般幹線道路沿いの店舗では、来客数が大幅に減少している。客単価も前年水準は超えているものの鈍化しており、3か月前と比べてやや悪くなっている。
	コンビニ(エリ ア担当)	単価の動き	・年末に向け、来客数及び客単価の伸びが鈍化している。特に高価格帯の商品の動きが芳しくない。
	コンビニ(店 長)	お客様の様子	・建設産業以外の一般企業は給料もボーナスも上がっていないため、一時は活発になった消費も、ここにきて失速気味である。
	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・冬物セールは、天候が悪く寒かったことから来客数は少なく、販売量も伸びていない。
	その他専門店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・お歳暮商材の動きが予想以上に鈍い。全体的に動き始めるのは早かったが、震災の影響もあり、多くの得意先でお歳暮は控え目という雰囲気が顕著である。数量、単価共に前年を下回っている。
その他専門店 [酒](営業担 当)	単価の動き	・パックや地元の定番商品の動きが良い反面、利益率の高い商品が非常に苦戦している。売上平均単価が非常に下がっている。売上を確保しても、非常に苦しい状況が続いている。	
観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・先月に続き忘年会の予約は前年より増加傾向だったものの、個人客やグループ客の宿泊は減っている。	
観光型旅館(ス タッフ)	来客数の動き	・ここにきて直近の予約キャンセルが増えており、キャンセル後の空室が売れない状況である。近隣の旅館では、思い切った価格施策で集客を図っているようだが、赤字商品を販売することはできず、その値段にはついていけない。	

	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・一般宴会に限っていうと、例年より元気がない。 9、10月までは復興がらみで動きがあったが、11月後半から12月にかけてはいつもの忘年会シーズンと比べ動きがおとなしく、売上も前年比9割程度となっている。	
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・当社は、宴会、レストラン、宿泊、デパート地下の総菜店などいろいろな部門で営業を展開しているが、総菜店を除いて来客数及び客単価の減少が続いている。特に主力の宴会は動きが大変鈍く、忘年会も厳しい結果となっている。	
	タクシー運転手	単価の動き	・客の乗り控えが目立っている。	
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・消費税増税や円高等の報道を受けて、好感感どころか停滞感、不安感が蔓延している。そのため、年末特有の大盤振る舞いも消極的になっている。	
悪く なっている	スーパー(経営者)	競争相手の様子	・9月に大手チェーン店、11月に地元のスーパーマーケットがオープンしたことで価格競争が激化しており、原価割れを起こしている。	
	スーパー(店長)	それ以外	・当社の2店舗が閉鎖となり、経営環境が悪化している。	
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・東京電力福島第一原子力発電所事故の影響は大きい。冬休みに入り、避難している人がまた徐々に増えてきているため、来客数も減ってきている。	
	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前年は県内で多数のイベントがあったが、今年はイベントが少なくなっているため、来客数も減少している。	
	住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・歳末企画では来客数も少なく、販売量も前年及び前月と比較しても激減している。受注も前年比50%程度となっている。	
	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・取扱商品の法人向け販売量が悪くなっている。	
企業 動向 関連	良く 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 ・震災関連の出張者による夜間人口の増加を背景に、繁華街の飲食店向けの出荷は好調を維持している。また、忘年会シーズンも重なり、清酒は店頭の商品が不足する状況になっている。	
	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	・歳暮需要や年末商戦が良くなっており、前年比数%増となりそうな状況である。震災復興ということで、県外からの客もまだ多いようである。
		建設業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・第3次補正予算の絡みで官庁工事の出件が急増している。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・予定外に大口顧客からの受注があり、これまでのマイナスをカバーする勢いである。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・震災特需により受注量が増加している。
		通信業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・スマートフォンの導入台数が増加している。
		広告業協会(役員)	取引先の様子	・震災の影響で年末年始の広告受注状況はかなり悪くなると予想していたが、予想に反して例年通りに戻っている。年始の初売りなどは相当期待が持てそうだと、福袋などは前年以上の準備をしているようである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店や小売店は前年比で大幅な増収となっているところが多くなっている。
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次状況、決算状況を見ると、建設関係の設備会社、塗装会社、リフォーム会社等、また小売関係の生活用品小売会社等の業績が急速に改善している。	
	変わらない	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・心配したお歳暮商戦も前年比プラスで推移している。
食料品製造業(総務担当)		受注量や販売量の動き	・年末でもあり、受注量は3か月前と比べて増加しているが、前年との比較では横ばいである。	
繊維工業(経営者)		受注量や販売量の動き	・店頭の売行きがトップシーズンの割に今一つ芳しくないが、ニットブームが多少の下支えになっている。	
木材木製品製造業(経営者)		受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の供給過剰により販売単価が低迷し、採算が悪い。	
一般機械器具製造業(経営者)		受注量や販売量の動き	・自動車部品については、受注はやや回復してきているが、輸出については現状の為替水準では全く採算が取れない状況にある。	
建設業(従業員)		受注量や販売量の動き	・災害廃棄物関連案件の大型出件が一巡しつつあるが、その他の震災関連対応は継続して出件している。	
輸送業(経営者)		取引先の様子	・荷主も設備の面で震災から復興し、生産計画も立てられたが、計画通りにいくか若干の不安要素がある。	

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・クリスマス寒波以降の降雪で、建設業界は除雪の仕事に追われている。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・個人消費の面では震災対応商品や節電対策商品の売行きが好調だが、生産面ではタイの洪水被害の影響が見られるなど、総体的には横ばいの動きが続いている。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・被災市町村の震災記録誌の発注もほぼ終わり、復興特需のような仕事も落ち着いてきている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・チラシの折込件数が年末年始というタイミングを差し引いても若干多くなっている。クライアントもこれまでなかった業種が見られ、商業活動が活発化しているように見える。地域では震災前に停滞していた業種へのニーズが増加している反面、活発であった分野が若干低迷している。また、消費動向も上向いているものと低迷しているもので二極化しており、プラスマイナスで変わらないという状況である。
	コピーサービス業（経営者）	それ以外	・震災関連の商品の受注が多くなっており、受注量は前年同月比でかなり多くなっている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・津波で被災した住宅の改修が一段落し、改修に比べて受注価格が高額となる新築需要が増えている。需要に供給が追いつかない現状となっている。
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末のお歳暮ギフトの市場が縮小しているようで、ギフト商品の受注が年々落ちている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・8月から11月までの3か月間の月別売上は前年同月比で100%を超えていたが、今月に入り、前年を割り込んでいる。
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・震災による工場の閉鎖、タイの洪水被害による海外工場の稼働休止など、厳しい状況が続いている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・年度末に向け、一部を除き受注残が減ってきている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格低下の状態が続き、回復の動きは見られない。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・半導体関連は大変厳しい状況であり、生産計画の話ではここ2、3か月は受注量も落ち込んだままピーク時の6割程度となっている。全体的な仕事量が落ち込んでいるため、工場間の定期便数の削減や休日出勤及び残業の規制、工事関係の延期など経費削減が徹底されている。また、一部の部門でワークシェアリングや配置転換を実施している状況にある。
	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・りんごの注文は例年の2、3割程度となっている。加えて、風評被害も続いているため、販売単価も例年より1割程度安く設定している。
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き ・震災雇用と関連のないオーダーが増え、順調に決まり始めている。様子見をしていた人材側もようやく動きを見せ始めており、1～3月までの激しい陣取り合戦が始まる気配がうかがえる。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子 ・原子力損害賠償支援機構の稼働が徐々に始まり、稼働人員が増えつつある。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・特に営業職の募集が増えている。
	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・震災復興関連の仕事が増えてきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・がれき処理や住宅等の復興関連の事業者の雇用が盛んになっており、景気の上向き感はある。ただし、失業手当が出ている間は応募が少なく、本当の意味での雇用促進につながっていないところが多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・スーパー、冠婚葬祭業、介護施設等で緩やかではあるが、求人の動きが見られる。また、求人広告のオーダーが増えてきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新年の広告などに関しては、新聞社は前年並み、放送局は前年比を超えており、まずまずの状況となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で引き続き増加している。また、有効求人倍率も6か月連続で前月を上回っている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人の増加に伴い、有効求人倍率がかつてないほど高くなっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年度に比して減少していた新規卒者を対象とする県内の求人が、前年度並みに持ち直してきている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人については、ここ数か月前年を上回る状況が続いており、有効求人倍率も上昇してきている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・製造業関係は円高の不安等があるものの、現段階では求人数の変化は見られない。
	求人情報誌制作会社（編集者）	雇用形態の様子	・短期的な求人しか出てきていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・個人消費は、高額商品購入の動きが鈍くなっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で、震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で大幅に増加し、8か月連続での増加となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は全数で前年同月比9.8%減である。新規求職者が減少基調であることから、有効求人倍率はかろうじて前月と同率を維持しており、依然として厳しい状況が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が前年比3割程増加し、新規求職は減少しているが、景況感には力強さがなく、一進一退を続けている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・タイの洪水被害の影響から、国内で代替生産するために製造業の派遣求人が増加している。ただし、これも一時的なものであり、需要が回復しているためではない。また、自動車関連産業は受注が止まった状態で、厳しい状況が続いている。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-