

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人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 (東北)	良く なっている	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの天候が良く、売上は前年以上 となっている。また、今月開店した新店舗も非常に好 調である。ゴールデンウィーク以降は落ち着いてきた が、数字的には良い結果となっている。
	やや良く なっている	コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は多少増加している。
		コンビニ（店 長）	単価の動き	・春になり気温も安定し始めたことに加え、農繁期と なり来客数が大幅に増え始めている。また、競合店の 閉店に伴う来客数の伸びも著しい。
		乗用車販売店 （経営者）	来客数の動き	・4月に入り減少した新規の来客数が5月3週目から 増え始めている。また、成約率も高い。
		その他専門店 〔酒〕（経営 者）	単価の動き	・地域や業種による格差はあるが、消費税増税の反動 も収まり、わずかではあるが良くなっている。しか し、何かしらのマイナス要素が出てくれば一転して悪 くなる可能性も高いので、気を抜けない状況が続いて いる。
		その他専門店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響もあり、観光物産館や道 の駅などへの販売量が伸びている。また、飲食店も週 の半ばは動きが少ないものの、週初めと週末は販売量 の伸びが良い。
		その他専門店 〔靴〕（従業 員）	販売量の動き	・消費税増税による消費の冷え込みも大分薄れてきて いる。必要なものはやはり購入しなければならないと いう意識が出てきているようである。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・物価上昇を背景に、どうせ食べるなら少しは良い所 で食べたいという客の雰囲気があり、来客数が前年比 で大きく増加している。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・先日開店した大型ショッピングモールの影響も思っ たほどはなく、個人の飲食店は今までと変わらずに常 連客の利用がある。
		観光型旅館（ス タッフ）	来客数の動き	・低単価の商品がより好まれているようで、客単価は 前年を大きく下回っているが、客の動きは良い。
		旅行代理店（店 長）	お客様の様子	・消費税増税の影響も薄れ始め、夏旅に向けての購買 行動が活発になっている。
	その他サービス 〔自動車整備 業〕（経営者）	単価の動き	・消費税増税分を単価に転嫁しているため、販売価格 が上昇している。	
	変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・前月とほとんど変わらない。消費者は消費税増税に 慣れたということもあって平静である。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・商店街では消費税増税前の駆け込み需要がそう多く はなかったこともあり、反動による売上減も大分落ち 着いてきている。さらに、5月は天気に恵まれて来街 客も増加し、生活雑貨店、飲食店共に前月より成果を 挙げている模様である。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後は、消費税増税前の駆け込み 需要の影響による落ち込みからの回復がみられる。回 復の一番の要因は、来客数は減少しているものの、質 の良いもの、良い商品が売れる傾向にあり、客単価が 前年以上に上昇していることである。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・3か月前に比べると大きな変化はないが、前月より も良い方向に向かっている。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	来客数の動き	・今月は来客数が前年比8%ほど減少している。しか し、景気はここ2～3か月良い状態が続いていると いってもよい。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で来客数は例年 より少なくなっているが、落ち込みの程度は前月より 改善している。また、客単価は消費税増税以前の水準 に戻っている。したがって、景気の基礎的状況は消費 税増税後も横ばいで維持されている。
		一般小売店〔カ メラ〕（店長）	販売量の動き	・低価格商材の動きが良くなってきており、販売量は 回復傾向にある。しかし、高額商材の動きが鈍く売上 の回復はみられない。
百貨店（売場主 任）		それ以外	・消費税増税の影響は続いているが想定内である。単 品購入、購入品目の絞込みの傾向がみられ1品単価は 高い。夏物は気温の要因で月末ようやく動き出して いる。	
スーパー（経営 者）		単価の動き	・平均1品単価は大きく伸びている。しかし、既存店 来客数、買上点数共に前年を下回っており、依然とし て芳しくない状況が続いている。	

スーパー（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前に駆け込み購入した各家庭のストックが底をつき、商品が買い求められ始めている。ただし、3～5月を平均してみれば増加にはなっていないので変わらない。
コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・依然として来客数が前年を下回っている。世間は好景気と言っているが、微じんも感じない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後は、夕夜間の来客数減少の傾向が続いている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後に減少した来客数が回復しない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は消費税増税前の水準に戻りつつある。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税によりたばこの購買に影響が出ており、単価が回復していない。来客数も前月から横ばいである。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・消費税増税や石油製品の価格高騰に伴い、仕入価格の上昇が目につくようになってきたが、販売価格を変更するには時間が掛かりそうである。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・来客数は前年並みに回復し、高単価商材の動きも平年並みまで回復してきている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税による買い控えはみられない。しかし、半袖への切替え月であり、天候的にも高温の日が続いていたにもかかわらず、季節商材の売上が伸びていない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で販売量が増えない。
乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・顧客の購買マインドは必要最低限の品物のみにはっきり限定されている。車両購入も整備入庫についても販売増、単価上昇は望めない。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響は少しずつ少なくなっており、販売量は前年比75%くらいになっている。しかし、3か月前との比較では変わらない。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・当店は商品を納品したときに売上を計上するが、今月は3月契約の高額商材を売上に計上しているため、売上は順調に推移しているといえる。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者からも、注文や依頼は来るが金額が合わないとか、人手が足りず工事が進まないといった話を聞く。こういう状況では現金が動くことがないため、利益の面でも良くなっているとはいえない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	それ以外	・ゴールデンウィークとそれ以降では来客数が全く異なるが、いずれの時期も消費税増税前と比べて大きく減少しているとはいえない。また、売上についても想定の範囲内で推移しており、景気が良くなったとも悪くなったとも判断し難い。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きは前年よりはいくらか良いが、予約の多いときと少ないときが極端であり、景気の良し悪しはどちらとも判断がつかない状態である。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・忙しい日と暇な日がある。売上も良い日と悪い日との差が大きく、月の集計をとると大していつもと変わらない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・現在の入込は震災前の8割強である。これが1年以上も同じ状態で経過している。復興支援の客もほとんど無くなっている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は良い稼働率が続いているが、宴会、婚礼、レストランが低迷し、全体的には変化がない状況である。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前月は売上高、販売量が前年比85%くらいまで減少したが、5月になり3か月前と同程度まで持ち直してきている。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・4月以降は様子見が多く、3か月前と比較しても変わらない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税が上乘せされた請求書が多くなっており、ガソリン代も月ごとに高くなってきている。3か月前より少々悪くなっているため、消費動向も節約指向である。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税以降需要が低下している様子である。しかし、大きな落ち込みではない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地場企業からは投資意欲がうかがえない。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規の加入者は若干増えているものの、生活費以外の出費を抑えているため、それ以上に解約者が多い。トータルの加入者数は純減となっている。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候にも恵まれ、来客数は例年並みであった。しかし、その後は一般客、団体客共に少ない状況が続いている。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・こどもの日が天候不良だったこともあり、来客数は前年を7%下回っているが、今のところ消費税増税の目立った影響は出ていない。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後もあまり生活に変わりがないという客が多い。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・集団移転の住宅や震災の影響があった住宅の建替えがまだあるので、前月と変わらない状況が続いている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・何が原因か分からないが、来客数が極端に少ない。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・連休明けから急に暇になっている。
	百貨店（総務担当）	単価の動き	・消費税増税後に落ち込んだ高単価商品や高額品といったものの回復が十分ではない。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前は消費税増税前の駆け込み需要が徐々に表れてきたところであり、その時期に比べると販売量の動きは落ちている。特に、3月までに駆け込み需要で大きく売上を伸ばした宝飾品、ブランド品、家具などの売上の反動が大きい。ただし、衣料品などの落ち込みは予想よりも少ない。
	百貨店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響などから、来客数は3か月前を下回った状況で推移している。また、客単価もやや減少しており、結果として減収傾向にある。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数が若干減少している。また、買いだめの影響で、日持ちするものの動きが良くない。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税前に購入した家庭内の買い置き在庫がまだあるせいか、加工食品の買上点数減が続いている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税分の値上がり感があるため、購買意欲が下がっているようである。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数が引き続き減少しているが、それ以上に買上点数の落ち込みが大きい。客は買物に慎重になっている様子が見える。
	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税後の消費の戻りが予想以上に鈍い。買いだめの影響がない生鮮食品の買上点数は前年並みだが、加工食品や雑貨の動きが鈍い。
	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・生鮮食品や惣菜の買上点数や売上については、消費税増税の影響はほとんどなくなってきた。しかし、食料雑貨品などの商品はいまだに家庭内在庫があることから、価格を打ち出しても反応が鈍い。生鮮全体の売上は前年比100%まで回復しているが、食料雑貨品などは93%、特に米は80%まで落ち込んでいる。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・月初めの連休もあり、事務所の多い場所に立地する当店としては苦しい月である。前月に比べて客単価も回復せず買上点数も前月を下回っており、状況は悪いままである。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・会社員、OLの日々のお金の使い方は大分戻ってきているが、それ以外は主婦層を中心に買い控えの動きがみられる。例年5月は車の税金納入などがあり買い控えがあるが、今年はそれがやや目立っている。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・消費税増税直後と比べて来客数は戻りつつあるが、客単価が低下しているため、売上は前年比で5%ほど減少している。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響が前月よりも顕著に出ている。販売量は全体的には前年比80%程度であり、テレビ、パソコンは90%、冷蔵庫、エアコンは75%と特に白物家電が良くない。今年はエルニーニョ現象の影響で冷夏になると長期予報で発表されたこともあり、エアコンなどの需要があまり伸びていないようである。
	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・3か月前はもちろん、前月と比べても来客数及び売上が少ない状況である。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による買い控えが続いている。ただし、直近での受注量及び販売量は弱いながらも反動減幅が縮小しつつあるので、上向き始めているのではないかとみている。	

乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、販売量があまり回復していない。	
自動車備品販売 店(経営者)	お客様の様子	・客の工場車検及び整備車両の入庫数が非常に悪い。	
その他専門店 〔食品〕(経営 者)	販売量の動き	・人の動き、販売量共に伸びていない。外で少しは良いものを食べようという感覚は戻りつつあるものの、贈り物や自分用に高級食材を購入するところまでは至っていない。	
その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕(営 業担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響が多少出ている。ただし、思ったほどではないというのが実感である。	
その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕(営業担 当)	販売量の動き	・暖房需要と夏の冷房需要との狭間の時期である。また、ガソリンなどの自動車用燃料も、価格の高止まりのため需要が落ち込んだ状況が続いている。消費税増税前と比べ、石油製品の需要は落ち込んでいる。	
高級レストラン (支配人)	単価の動き	・消費税増税などの影響を受けない富裕層の利用は今までどおりだが、中、低所得者層の利用は明らかに減少している。	
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・企業などの宴会はわずかではあるが前年を上回っている。しかし、レストランなど一般客が利用する施設は来客数が前年を下回っている。	
観光型ホテル (スタッフ)	それ以外	・来客数は前年を下回っており、単価上昇も難しい。消費税増税の影響も多少ある。	
観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・来客数は前年比10%以上の落ち込みとなっている。来客数が0人の日が発生するなど、宿泊客の動きが弱くなってきており、前月に引き続き景気は下降傾向にある。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・来客数が1～2割減少しているため、売上の全体的な伸びが滞っている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・消費税増税後の初めてのゴールデンウィークだが、レストラン、デリカ部門は前年比で大きく落ち込み、デリカ部門は明らかに購入頻度と客単価が低下している。防衛意識が働いているのか、安く、近く、短くが浸透している。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門はイベントのある週末のみ満室となり、平日は低価格で販売しても集客がままならない状況が続いている。また、一般宴会、レストランは当月に入ってからも中間予想を下回っている。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・全部門にわたり売上、来客数共に前年を下回っている。来月の予約状況も前年同時期を下回っている。	
タクシー運転手 テーマパーク (職員)	お客様の様子 来客数の動き	・客はより安い車を選んで乗っているようである。 ・消費税増税に伴う来客数の減少は、依然として続いている。	
観光名所(職 員)	単価の動き	・来客数は伸びているものの、客単価が落ち込んでおり、全体的に売上も落ち込んでいる。	
美容室(経営 者)	来客数の動き	・消費税増税前と比べ、再来店までの期間が少し延びつつある。	
美容室(経営 者)	来客数の動き	・消費税増税後、施術料金を値上げしてから来客数が一段と減少している。単価の高いパーマやカラーリング代を増税によって大きく値上げしたことも、かなりの影響を及ぼしている。	
住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・全体的に受注量が減少しているなかで、通常競合しない多くのメーカーと競争になっている。	
悪く なっている	商店街(代表 者)	競争相手の様子	・飲食業関係や物販店の閉店が増えている。
	一般小売店〔書 籍〕(経営者)	販売量の動き	・消費税増税前から一転して消費マインドが低下している。購買は高単価と低単価の両極化が一層激しくなっており、生活必需品とそうでないものとの差が出ている。
	一般小売店〔医 薬品〕(経営 者)	来客数の動き	・毎年ゴールデンウィークが終わると繁華街に人が集まらなくなるが、今年は例年以上で、ほとんど人が入ってこない状況である。非常に静かでタクシーの運転手は震災前よりも景気が悪くなったとぼやいている。
	一般小売店〔寝 具〕(経営者)	販売量の動き	・今年は例年にも増して1～3月と売上が伸びなかった。4、5月と売上が伸びるだろうという予想も崩れ、5月に至っては過去に無いくらいの落ち込みとなっている。
	百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・消費税増税後の落ち込みからまだ回復していない。

	百貨店（売場担当）	単価の動き	・客の買物の仕方が更に慎重になっている。価格への関心はもちろん、セット率が低下し、高単価商材の動きも鈍い。夏物ファッションへの興味はあるようで、セールコーナーにはにぎわっており、小物や雑貨などを買い足して変化を付けている様子は見受けられるが、全身トータルで新調する客は極めて少ない。反面、消費税増税に全く関係なしといった客もいるが、上顧客の来店が厳しいうえ、新客が伸び悩み、最終的に売上は前年比95%となっている。	
	百貨店（経営者）	販売量の動き	・3月に消費税増税前の駆け込み需要で動いたアイテムは現在苦戦している。ファッションアイテムは多少上向きの傾向はあるものの微減となっている。高額商材の落ち込み分をカバーするには至っていない。必要なものしか買わないという点では、消費税増税をきっかけに消費行動が消極的になっていることは否めない。	
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税が8%になったが給料は上がっていないため、景気もだんだん落ち込んできている。	
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・目的のある客しか来ないので、来客数が少なければ当然売上も少ない。	
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、来客数は減少し、販売量の低迷が続いている。	
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の状況から抜け出せない。クールビズなどの影響もあるのだろうが、特にスーツや礼服といった比較的高単価なものが全く売れず、売上に大きく影響している。	
	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・クールビズの影響で年々スーツの需要が減少している。さらに、消費税増税の影響でビジネスシャツやスラックスの動きも前年より悪い。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響が新車や中古車に大きく出ている。あわせて、3年前や5年前の需要減の影響から1～2回目の車検需要も減っており、サービス売上も減少している。	
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で販売量が前年比で半分くらいまで落ち込んでいる。耐久消費財は動いていない。	
	高級レストラン（経営者）	それ以外	・市場に仕入れに行っても高級具材が全く売れていないようである。したがって、他の業種も良くないのではないかと。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税後、乗客が急激に減り、回復していない。	
企業動向関連 (東北)	良く なっている 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	・好調であった4月の反動による落ち込みを懸念していたが、引き続き販売量は前年超え、目標超えが続いている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・我々の業界は消費税増税の影響が直接表れないという特徴と、景気のうねりは長いスパンになる傾向がある。そのなかで、現時点では徐々に上向きに推移している状況にある。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・不動産が動いており、それに伴う資金需要が出てきている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税増税の影響は限定的な範囲にとどまっている。	
	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	・駆け込み需要の反動で消費税増税後は出荷量も伸び悩んだ。しかし、今月に入り、地元向けはまだ増税の影響があるものの、特に首都圏向けの出荷は順調に推移している。	
	その他企業 [企画業]（経営者）	取引先の様子	・ボーナス時期を控えて、宣伝機会が前年より多く予算的にも幾分か増えている。宣伝担当者は「消費マインドが高まってきている」と言うが、むしろ企業側にマインドを高める意識が強くみられる。	
	その他企業 [工場施設管理]（従業員）	取引先の様子	・製品の出荷数が増えている。	
	変わらない	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・前年の果物農家の収入は震災前の8割程度だったが、注文が減るため消費税増税分を販売額に上乗せできない悩みがある。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は前月より落ち着いてきているが、連休の動きが思ったほど良くなかった。	
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が消費税増税前と同程度に戻ってきている。	

		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税によりデパートの売上などが多少減少しているようである。オーダーのほうも今一つ芳しくない。
		木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、住宅部材の販売量の減少が顕著になっている。
		出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・市長選挙による需要もあり、前年よりは良くなったものの、それ以外を冷静にみると良くなってきているとはいえない。建設業が景気をリードできていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品は、国内は消費税増税後の反動が少し出てきている。輸出については新興国経済の景気の陰りが少しずつ影響し始めている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が順調に推移している理由としては、消費税増税に係りなく必要に迫られて建築する方がいることや、銀行からの借入れが容易であることが一因としてある。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・復興関連公共工事の発注は進んでいるが、一部には入札不調も見られる。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の財務状況に特段の変化は無い。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・消費税増税の反動がある。
		司法書士	取引先の様子	・当地においては、現状、新築住宅の着工件数は消費税増税の影響をあまり受けていないようである。
		公認会計士	取引先の様子	・建設関係は売上は落ちているが利益は確保している。小売業は売上、利益共に減少傾向にある。全体的には黒字企業の割合が若干増加している。
	やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税分を農産物の価格に転嫁することができない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・価格を内税で表示しているの、消費税率8%というのはやはり値段が高くなったという印象があったためか、ゴールデンウィークの売上が芳しくなかった。今月はそのことが大きく影響している。
		出版・印刷・関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は前年を上回っていた受注残が、今月は前年比10%減となっている。
		土石製品製造販売（従業員）	取引先の様子	・取引先の雇用状況を聞いても、前年に比べて採用を少なくしているようである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・製造業では4月以降仕事量が減っている企業が見受けられる。忙しい状態の企業もあるが一部である。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・荷主と各料金改定の交渉をしている。しかし、荷主も厳しい経営環境にあるため、実情を理解しているとの回答はあるが、改定には至っていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・契約の更新には慎重さがうかがえ、前年よりも入札になるケースが増えている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税による買い控えがみられる。
		広告業協会（役員）	それ以外	・不動産、自動車販売などの出稿が回復しないことが影響して、5月後半になっても6月以降の引き合いが少ない。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による様子見のためか、これといった大きな要因はないが物件数が減っている。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降の売上が前年の売上を下回っている。前年を上回るのはなかなか難しい状態である。
	悪くなっている	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、4月の反動はやむを得ないが、5月も同じように影響を受けている。食品というのはあまりそういう影響を受けないものだと思っているので、景気が非常に良くないということなのではないか。
雇用関連	良くなっている			
(東北)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は高位で安定しているが、求職者とのミスマッチが続いている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・例年より仕事が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・地元企業の採用数が今春、来春予定共に増えている。特にホテルや車のディーラーといったサービス業が顕著である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年、前月共に上回っている。消費税増税があったが、思っていたほどの影響は出ていない。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数が減少し、事業所で雇用される従業員数が増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数は約3,900人と前年比16%の増加となっている。3月とほぼ同数であり、消費税増税の影響は無かったとみている。
	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・有効求人倍率は0.92倍と3月を0.11ポイント下回っている。しかし、例年4月は退職者が多い月でもあり、求人は増税の影響を受けていないため増加している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規登録者の減少が、案件に対する成約率の低迷に大きく影響している。前年度末から大手派遣会社合同登録説明会を東北各県で開催し、新規登録者の発掘に努めている。
	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・大学生4年生の新卒採用を行っている企業において、新卒の採用予定数に満たない企業が中途採用を開始している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税増税の反動は想定していたほどはなかったものの、サービス業を中心に求人数は落ち込んでいる。新卒の需要はあるものの、パート、アルバイトは厳しい状況である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は食料品製造業や労働者派遣業で引き続き増加しており、有効求人倍率は1.2倍前後で推移している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の有効求人倍率は3か月連続で下がっている。ただ、初めて求人申込する事業所、久しぶりに求人申込する事業所からの相談が幅広い業種で継続してあるため、求人数そのものが大幅に減るということはない状況である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の求人倍率は微減しているが、業績不振による求人の手控えなどの状況はない。求人数の動きから見ると現在の状況には大きな変化はみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は相変わらず多いが、介護福祉や震災復興事業に偏っており、製造業は非正規社員の求人となっている。
やや悪くなっている			
悪くなっている	-	-	-