

## 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	商店街（代表者）	・年内は復興景気が続くことを期待している。ただし、電力不足や福島第一原子力発電所の問題の進展いかんによっては、思わぬ方向へ変わっていく恐れもある。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の復興需要はもう少し続く見通しである。ただし、高級品の動きは鈍く、景況も店によって大きく違いが出る。
		商店街（代表者）	・東日本大震災以降に見られた、ぜいたくをしては被災者に申し訳ないという気持ちに少しずつ変化が見られ、消費をすることが被災地、被災者の復興につながるという考え方が芽生えつつあるため、今後、夏場に向け大いに期待できる。
		商店街（代表者）	・平泉が世界文化遺産に登録されたことは、観光シーズンを迎えるにあたり大変明るいニュースであり、期待している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・夏休みに入るとボランティアの人たちが集まってくることが見込まれるほか、七夕まつりによる集客で、当地の繁華街はにぎわうと期待している。
		百貨店（企画担当）	・今年の中元商戦は、東日本大震災のお見舞い返しが多いのが特徴で、この傾向は旧盆まで続くと思われることから、当面は現在の堅調さを維持できる。
		百貨店（買付担当）	・東日本大震災からの復興にはまだ時間を要する。
		百貨店（経営者）	・東北地方の復興が軌道に乗り始めれば、経済が少しは回り始めるのではないかと期待感があるが、タイミングがいつになるかが問題である。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災の被害を受けた地区は店舗が少なく、内陸に買物に来る人が多くなっているため、休業中の店舗を除いた既存店の売上は好調に推移しており、今後も持続する見通しである。
		スーパー（店長）	・高速道路無料化の社会実験が終了したため、市内から外に出る人が少なくなり、市内において需要が高まることが見込まれる。
		スーパー（営業担当）	・買い控えの傾向も収まりつつあり、消費は回復に向かっていく。
		コンビニ（経営者）	・普段はたばこだけを購入する客が1、2点追加で買って行く状況があるので、夏に向け天候次第というところもあるが買上点数の伸びに期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・天候に左右される要素も多いが、今年は節電によってソフトドリンクやアイスクリーム類の売上アップが期待され、好調に推移すると予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・復興支援の高速道路無料化の動きや各地での祭り、イベントの開催により、東北地方への人の流入が期待できる。
		家電量販店（店長）	・自粛ムードが日に日に和らいできているため、市場における消費も活発になってくる。
		乗用車販売店（経営者）	・生産の本格回復を受けて受注残の解消が進み、売上は増加する見通しである。節電など省エネの動きもエコカーへの買換え促進につながるため期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財は安価な製品が主流だが、高級家具についても工夫次第で若干伸びる余地はある。極端な回復は望めないが、少しずつ良くなっていくことを期待したい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・復興が進めばある程度の需要回復が見込めるが、福島第一原子力発電所の問題が収束しなければ本格的な回復は見込めない。景気対策については、第2次、第3次補正予算に期待している。
		高級レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響もなくなりつつあるので、その意味では上向いてくるであろうが、どの程度上向くかは復興のための公共事業などの投資規模による。
	一般レストラン（経営者）	・これ以上悪くなることはないので、やや良くなる。	
	観光型ホテル（経営者）	・入込客数は回復基調で推移するが、北関東を除き、東京以西の客の反応は全くない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・7月から8月にかけてインターハイが開催されることに加え、秋田の竿灯祭りや大曲の花火大会等が続くため上向いてくる。9月は7月と8月の反動で厳しくなると予想されるが、デスティネーションキャンペーンが控えており、また、平泉の世界文化遺産登録と合わせて、秋田もにぎわうことが期待される。	

	都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の復興支援の動きが広がり、宿泊、会合とも需要が増加している。この状態はしばらく続く見通しである。
	旅行代理店（従業員）	・ここ3か月は上向き傾向にあり、この先も続く。
	旅行代理店（従業員）	・来客数は増えているので、販売量も増加していくと予想される。
	タクシー運転手	・東日本大震災の復興支援で当地を訪れている人が夜は繁華街に出ており、にぎわいはしばらく続く。
	観光名所（職員）	・客足は徐々に回復の傾向にあるので、このまま上向いていくと見ている。
	住宅販売会社（経営者）	・物流の動きが良くなり、止まっていた仕事が地域全体で動きだしている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・現在の需要案件について受注が進む見込みがある。
変わらない	商店街（代表者）	・当地では東日本大震災の特需が続いており、低価格帯の商品が比較的好調に動いているが、高価格帯のものは低迷しており、しばらくは現在の状況が続くことが予想される。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費マインドが停滞しているため、早く対応しなければ循環型経済の構築はますます厳しくなると予想される。
	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・東日本大震災や節電に伴う需要は見られるが、個人消費が盛り上がるほどの勢いはない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客が必要最低限の物しか購入しない傾向は続く。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災の被災地においては、しばらくは客の動向について予想がつかない。
	百貨店（売場主任）	・旅行、ファッションなどを話題にしながら品定めをしている様子がうかがえることから、客のマインドは戻りつつあるように感じるが、雇用問題など生活に直結した明るい材料に乏しいため、大きな変化はない。
	百貨店（営業担当）	・震災特需が一段落した段階で、消費動向は落ち着いてくると予想される。
	百貨店（売場担当）	・催事場でのセールの実績は好調だが、定価商品の伸び悩みが懸念される。7月のセールはフリー客頼みであるため、動員は厳しいのではないかと見ている。
	百貨店（販促担当）	・東日本大震災後の買い控えの反動も一段落した感があり、売上が上昇することはないと見ている。しかしながら、購買のモチベーションは低くないので、前年を上回る状況が継続することを見込んでいる。
	百貨店（経営者）	・福島第一原子力発電所問題が収束しなければ、不要不急の商品は厳しい状況が続く。また、エコや節電など、関連商品は活発であるが、従来の百貨店商品の動きが厳しく、この状況は当分続くと予想される。
	スーパー（店長）	・現状では予測が不可能である。前年は猛暑による特需が9月中旬までであったものの、今年は天候次第で売れるものが全く異なってくる。また、節電による消費への影響もどうなるか不透明である。
	スーパー（総務担当）	・被災者の方々の仮設住宅への移住が本格化すれば、食品や日用品の需要が高まり、一部の小売業では良い数値になる。しかし、被災者の方々の生活の糧である仕事や雇用の場がなければ、景気回復は更に遅れる。しばらくは現在の状況から変わらない。
	コンビニ（エリア担当）	・被災地では、復興ビジョンが明確になるまで先行きが見えない。特に福島第一原子力発電所事故による避難区域では不透明である。
	コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災以降、再開していない店舗も多く、コンビニに人が流れているため、数字自体は上がっているが、景気が良くなっているわけではなく、3か月後も現状から大きく変わるということはない。
	コンビニ（店長）	・建設業の方を中心に購買活動に活発さが見られるが、それ以外の業種においては、ボーナスも減らされる会社が多いようである。建設業の方は金を使うが、一方で一般サラリーマンの財布のひもは固いといった状態はしばらく続く。
	衣料品専門店（店長）	・客からも、今後は仕事が忙しくなってきたらといった話を聞くので、景気は上向きになっていくのではないかと見ている。
衣料品専門店（店長）	・ビジネス衣料が不振でカジュアル衣料が好調な状況は、夏物商品のセールが終了し、秋物商品が立ち上がるまで続くと予想される。	
衣料品専門店（店長）	・秋物が立ち上がる時期になるが、まだ本格的な秋の気候にはならないことが予想され、売上の増加は見込めない。	

衣料品専門店（総務担当）	・先行きに不安があるため、現状に近い動きで推移すると予想される。
家電量販店（店長）	・現在、テレビコーナーへの来客が増えており、地上デジタル放送完全移行までは、同様の動きが続く見通しである。
乗用車販売店（経営者）	・これまでは新車を購入していた客も、今の経済状況ではいつお金が必要になるかわからないということで、中古の軽自動車を購入するなどしている。しばらくは現在のような状況が続くそうである。
乗用車販売店（経営者）	・例年は受注が落ち込む時期であるが、新型車の発表で新規来店客を中心に集客もあり、2、3か月は今の状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・需要が増える一方、メーカーの供給ペースが市場の回復ペースに追いついてない。顧客とのトラブルも絶えず、業界として早急な納期短縮が求められている。
乗用車販売店（従業員）	・車の生産も元に戻ってきており、販売量の増加にも期待が持てる。
住関連専門店（経営者）	・底に張り付いた状態にあり、限界に近づいているなかで、内装関係の職人を含め関係者が被災地に移動しているため、地元の工事などに相当の遅れが懸念される。
住関連専門店（経営者）	・こここのところ、少しではあるが震災需要があり、売上につながっている。しばらくは現在のような状態が続く見通しである。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋の話聞いても、商品は動かず景気の悪い状況は変わらないとのことである。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・これから中元商戦や生ビールの需要の高まりとともに繁忙期に入るが、販売量を前年比でどこまで持ち直せるか不安である。主要商品であるビールのギフトも種類が少なくなるなど、東日本大震災の影響がまだあるなかで、客の幅広いニーズにどこまで応えていけるかが鍵となる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故により、東北地方全体が風評被害にさらされており、急激に良くなることは考えにくい。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・各メーカーからは値上げの連絡も入っているので、買い渋りやネット販売などの安売りに流れることも懸念される。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・先行きについては見当がつかない。
一般レストラン（経営者）	・復興の状況や消費者の心理状態により、動向は簡単に変化してしまう。幾分上向いている感じもするが、消費者の動向は予想がつかない。
一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響がどのような形で続くか、見当がつかない。
スナック（経営者）	・例年、ボーナス時期に入ると売上も多少は期待できるのだが、今年は東日本大震災による自粛ムードもあり、売上増が期待できない。
都市型ホテル（スタッフ）	・法人企業の動きは鈍く、ほかのホテルでもレストラン・ディナーショーなど自社イベントの企画に力を入れている。
旅行代理店（店長）	・大きな動きは期待できない。
通信会社（営業担当）	・秋頃には景気が好転することを期待したいが、雇用状況の改善と福島第一原子力発電所事故の収束のめどが鍵になる。
通信会社（営業担当）	・避難所から仮設住宅への移動も落ち着きつつあることから、自粛ムードも多少は落ち着き、いくらかは上向くのではないかと期待しているが、おそらくは今とそう変わらない。
通信会社（営業担当）	・当面の景気改善は見込めず、来年以降になるのではないかと。
通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・新商品が投入されたため、通話機能主体の既存の携帯からスマートフォンへの買換え需要が見込まれる。
通信会社（営業担当）	・夏に向けて、節約ムードはしばらく続き、趣味や遊興への支出に大きな変化は無いと予想される。
遊園地（経営者）	・東日本大震災からの回復に期待したいが、復興の遅れや節電が足かせになる恐れがある。
競艇場（職員）	・東日本大震災の影響により周辺経済が停滞しており、復旧復興には相当の時間を要する。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・高速道路の無料化実験の終了と休日上限千円の割引制度の廃止により、人の動きが急激に減っている。福島第一原子力発電所事故の問題が収束するまでは、人や物の動きの回復は期待できない。
設計事務所（経営者）	・とにかく忙しくて対応しきれないという方がいる反面、少しは忙しくなったという方もいるなど、忙しさの状況は客によってまちまちで、先行きは不透明である。

やや悪くなる

商店街（代表者）	・新しい物を買う意欲は低下の傾向が続く。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・たばこの銘柄及び出荷数量の限定により当店に流れてきている客がコンビニに戻れば、来客数も減少する。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・復興需要もあり、3月を最悪として徐々に景気は戻ると考えていたが、少なくとも当店に限ってみれば6月に入っても回復傾向が感じられない。店舗移転はほぼ自前で行い、その負担も大きく、このままでは営業の継続は難しい。当店のような店舗や事業所は実際に多いと思われ、景気は悪くなると予想する。
スーパー（経営者）	・前年のような猛暑特需はないことが予想される。また、節電や停電の影響が懸念される。
スーパー（店長）	・競合店やショッピングセンターで現在行われている改修工事が終了すれば、以前と同様の価格競争に入り、集客及び売上の面で悪化することが予想される。
スーパー（販促担当）	・果物などは、地域により福島第一原子力発電所事故の風評被害を受けており、その反動で他地域産の価格が高騰し、消費が鈍ることも懸念される。いずれにせよ、原発問題は生鮮食品の流通に悪影響を与え続ける。
コンビニ（エリア担当）	・復興支援の高速道路無料化の影響で、一般の幹線道路沿いの店舗では売上と来客数が激減しており、一部店舗で享受している復興需要もいつまでも続くとは思えない。また、福島第一原子力発電所事故についても収束のめどがつかない。そのため、東北全体の経済が将来的に良くなっていく見通しは立たない。
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災後の経済復興に関しては全く不透明であり、数か月後の景気は予測できない。
衣料品専門店（経営者）	・サマーセールが終わり、復興需要も一段落すれば、東日本大震災前よりもっと厳しい状況になるのではないかと考えている。
衣料品専門店（店長）	・節電のためスーツの需要は伸びず、単価はダウンし、厳しくなることが予想される。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・すべての職種で厳しい状況に置かれることが予想され、景気は更に厳しくなる。
その他専門店〔靴〕（経営者）	・一時的や局所的な動きは出てくると思うが、電力の問題が解決しない限り、景気の回復は厳しい。
高級レストラン（支配人）	・数か月での回復は無理であり、半年や1年はかかると予想される。場合によっては東日本大震災前の状態に回復しないこともあり得る。
一般レストラン（支配人）	・当施設は7月末での閉館が決定している。当地域では今後もそのような店舗が増えそうな状況である。
観光型ホテル（スタッフ）	・例年、秋口に訪れる客も、今年は手控えている様子が見られる。福島第一原子力発電所事故による風評被害も大きく、前年並みの水準に戻すには相当な努力が必要である。
観光型旅館（スタッフ）	・販売量は増加の見込みであるが、単価の低下傾向は続く見込みで、収益は改善せずと予想される。
都市型ホテル（経営者）	・ホテルの場合、現在は復興支援の方がたくさん宿泊しており、宿泊及び料飲施設、レストラン部門をけん引しているが、月を追うごとに落ち込んでいくと予想される。また、各種団体の総会関係も自粛ムードから見送る状況が続くとみられ、下支えをしていた宿泊がますます尻すばみになると、全体的な売上低下につながる。
タクシー運転手	・福島第一原子力発電所事故の影響で、東北を訪れる観光客が激減しており、回復の見通しがたっていない。
タクシー運転手	・東日本大震災で失業した人がたくさんおり、再就職の見通しもたっていないという話をよく聞く。仕事が無く、働くことができない人が多いような状況では、景気も良くなるわけがない。
美容室（経営者）	・東日本大震災の被災者に将来の生活設計を考える余裕が出てくれば、お金の出し入れはかなりシビアになってくる。
悪くなる	
スーパー（経営者）	・9月に面積が1万平方メートルを超える競合店の開店が予定されていることに加え、客の節約志向や低価格志向が更に強まることが予想されるため、悪くなる。
乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産回復に伴って供給不足は解消されつつあり、受注残の登録が進み、表面上は回復基調となるが、全般的に見ると、被災地に対する気遣いからか、自粛ムードがまだまだ続くことが予想され、本格的な市場回復には程遠い。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・景況不安に加え、政治不信等の懸念材料が噴出している今、かなりの好材料が出てこない限り、良い方向に向かうとはいえない。

		一般レストラン（経営者）	・地元の観光や特産物にも東日本大震災の影響と風評被害が出ているなかで、政治が不安定ではみな先行きへの不安を拭えず、良い結果は出てこない。	
		観光型旅館（経営者）	・仮設住宅の建設が進み、2次避難者の方が引き揚げ始めており、安定収入が得られなくなりつつある。一般客の旅行需要はまだまだ弱く、今後は売上も厳しくなることが予想される。復興関係の宿泊需要なども期待されるが、単価が低いいため厳しい。	
企業 動向 関連	良くなる	建設業（従業員）	・東日本大震災の復興に関連した案件で、大手向けの発注が更に拡大することが予測される。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・今後、観光産業に復興ムードが見られるようになれば、酒類の需要にも好影響が期待できる。	
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・消費は上向いてくる。	
		木材木製品製造業（経営者）	・取引先の様子から、一般住宅の着工は徐々に回復していくと予想される。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災からの回復傾向に伴い、景気全体は良い方向に向かう。特に省エネ関連の事業は投資などが積極的に行われ、消費者の買い控えも落ち着き、関連商品の消費が活発になっていくと予想される。	
		輸送業（経営者）	・東日本大震災の被害を受けた荷主の操業再開の日程が予定通りであれば、物量の一部回復が期待できる。	
		通信業（営業担当）	・復興に向けた動きが活発化しており、業務の再開に伴う景気回復が見込める。	
		金融業（広報担当）	・東日本大震災に伴う間接被害の顕在化が想定されるが、一方で復興に向けた動きも本格化するため、相対的にはプラスの効果の方が大きくなると予想される。	
		広告業協会（役員）	・復興関連事業が落ち着けば広告に予算を回す企業が増えてくる。	
		広告代理店（経営者）	・復興が更に進み、消費は戻ってくると予想しているが、誘致型観光広告などは、新幹線のダイヤなどが完全復旧しなければ出てこない。	
		経営コンサルタント 公認会計士	・復興に向けた経済活動が各方面に広がりつつある。 ・復興需要が本格化するのはいずれからであり、業績改善の動きは建設業以外のほかの業種にも徐々に広がっていくと予想される。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・先月あたりから明るさが見えてきている。7、8月のオーダーが急激に増え、工場の生産ラインの稼働状況が良くなっており、従業員も忙しくなっている。また、製品の出荷も1日1度だったものが、先日から朝夕2度の出荷体制へと変更となっており、こうした状況はしばらくの間続く。	
		変わらない	食料品製造業（経営者）	・東北を応援しようという動きがいつまで続くか分からない。今後は地元の復興がどれだけ早くできるかが鍵となってくる。
			繊維工業（経営者）	・東日本大震災後の政府による復興計画等が出そろい、将来の展望がみえてくるまでは、先行きの見通しはなかなか立てにくい。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・若干は落ち着きを取り戻しており、お祭り等のイベントも計画されるようになってきている。また、選挙が行われるという情報も入ってきているので、この先、悪くなるようなことはないと考えている。			
一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については多少の回復が期待できる。			
建設業（経営者）	・気候等でも変わるが、民間工事の増加はまだ続くと思われ。しかし、秋以降にその反動が出るのではないかと心配している。			
建設業（企画担当）	・現在も東日本大震災の復旧対応で手一杯の状態であり、この状態は数か月続くことが見込まれる。ただし、いまだ津波被害への対応は後回しになっているため、津波被害への対応も含めた本格復興の動きが早くはじまることを期待している。			
通信業（営業担当）	・取引先の慎重な姿勢は当分続くと思われ。			
金融業（営業担当）	・特に大きく変化する要因はない。			
コピーサービス業（経営者）	・政局は混迷しており、政治の動き次第で変わる。また、復興予算がどれだけのスピードで現場に降りてくるのかが問題である。			
金属工業協同組合（職員）	・受注の見込みは依然として不透明で、状況は秋口まで変わらない。			

	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り、放射線の影響が特にない農作物の価格も下がる傾向にある。
		食料品製造業（総務担当）	・猛暑の予想と節電や省エネの影響により、飲料を除く食料品の需要は落ち込むと予想される。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・福島第一原子力発電所の事故が収束しない限り、地域全体が立ち直ることはできない。
		司法書士	・不動産流通が停滞しているため、不動産の取引件数が減少している。これは、ここ数年の傾向であるが、東日本大震災により住宅建材の入手が遅れていることも影響しており、一般住宅の着工も相当落ち込む。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・東日本大震災の影響が尾を引いており、今後はますます厳しくなることが予想される。政府の早期対策を期待したい。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・桃やりんごは順調に生育しているが、福島第一原子力発電所の事故が収束しないため、当県産というだけで値段がつかなくなるのではないかと懸念が大きくなっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・職場や仕事、家を失った人が多く、市内のスーパーや小売店もかなり損壊しており、回復までには長い時間を要する。ここ2、3か月でどうなるというものではない。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・震災特需と思われる動きがもう少し続くと予想される。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災後の混乱も一段落し、復興に向け、建設や住宅、土木業界の仕事が増えてきている。建設業界の人からは、この先3～5年は仕事があるという話も聞いている。
		アウトソーシング企業（社員）	・東日本大震災の影響で悪くなった現状よりは良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・仮設住宅に関わる復興支援業種やそれに伴う飲食業界等においては、官民挙げての支援体制が続く今後数か月は上向いていくことが予想される。ただし、業種に偏りがあり、全体的に上向いていくわけではない。
変わらない		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車メーカーの生産ラインの復旧状況や夏の節電から、秋口にはマインドはプラスに転じると見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・市内を営業していても、復興に向けた経済活動に力強さを感じられず、人材確保のためのオーダーも出てこない。こうした状況はしばらく続く見通しである。
		人材派遣会社（社員）	・長期的な下支え要因が見当たらない。将来像がみえないため、長期的な雇用には慎重な姿勢がうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月以降の受注が少しずつ増えてきたようだが、一本調子で伸びていくとは思われず、先行き不安感しばらく続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年の夏は電力規制が実施され、経済活動は万事控えめになる可能性がある。秋口からは復旧復興による持ち直しの動きも期待されるが、現在の政治状況次第でどうなるかわからず、全く予断を許さない状況である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加傾向にあるものの、新規求職者数も同様の傾向にあり、求人倍率の大幅な改善は期待できない。
		職業安定所（職員）	・求職者の増加があり、求人倍率は0.3倍台という低い状況になっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で2か月連続増加しており、月間有効求人数も2か月連続で増加となっている。有効求人倍率は新規求人数の増加を上回る新規求職者の増加のため、減少幅が大きく低水準である。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加基調に変化はないが、増加幅が鈍っているほか、雇用調整を実施する企業も高止まりしており、今後もこの状況が続くとみられる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の復興には時間を要する。また、節電の影響もあって、消費の拡大や景気の回復は遅れることが予想され、企業の採用意欲も下がる。
やや悪くなる		職業安定所（職員）	・特に良くなったたり悪くなったたりする要因が見当たらないことから、もうしばらくは現在の状況が続く見通しである。
		職業安定所（職員）	・震災復興関係で建設業の求人は増加しているが、それ以外の求人については、観光等を中心に回復まで時間を要する。
悪くなる		職業安定所（職員）	・学卒求人の出足が非常に悪くなっており、意向調査でも学卒の採用意欲が低くなっている。
		人材派遣会社（社員）	・当社が主に手掛ける企業ニーズによる事務系や専門職の派遣受注は、好転の兆しが一向に見えない。