

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	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宴会、宿泊共に客が動き出している。ただし、観光目的の客はまだまだ少ない。
		住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・当地域では、市町村合併に伴う特例債を活用した公共建築物の工事が活発になっており、現場を支える業者が不足するほど忙しくなっている。住宅の受注、着工についても前年を上回っている。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・天候等のマイナス要因はあったものの、物販、飲食、サービス共に堅調で、消費マインドは上昇している。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・客足は徐々に伸びてきているものの、震災特需も落ち着き、物販、飲食共に低価格品に集中している。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	お客様の様子	・台風などによる急激な気温の変化で体調を崩し、風邪をひく人が非常に多くなっている。
		百貨店（企画担 当）	単価の動き	・海外ブランドだけでなく、家具やじゅうたんなどの高額なリ빙グ商材を購入する客が増えているなど、引き続き高額商品が好調となっている。また、美術工芸品も徐々に動き始めてきており、結果として1人あたりの購買単価も上昇している。しかしながら、来客数の増加率が売上額の増加率より低いことが気掛かりである。
		百貨店（経営 者）	来客数の動き	・気温の低下もあり、消費が急激に活発になってきている。アパレルを中心とした取引先の商品量も震災前に戻り、客も選択肢が増え買物を楽しんでいる様子が見える。宝飾、服飾雑貨の高額品なども前年以上に動いている。
		コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・売上は117%と好調を継続している。なかでも、買上点数が3.01と、初めて3点台に乗り、客の購買意欲が上向きになっている様子が見える。
		衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・残暑の終わりが分かりやすいこともあって、秋物のスーツを求める客の動きが例年より良くなっており、後半から伸びてきている。単価もそこそこの商品が売れている。
		衣料品専門店 （店長）	お客様の様子	・今すぐ着用できる商品へのニーズが高まってきているなか、9月の残暑予報を基に商品投入の調整を実施してきた結果、買上率が上がり、業績向上に結び付いている。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・新車供給が正常に近づき、受注残も解消しつつある。震災から半年が経過し、新車を買って控えていた客も動き始めている。
		住関連専門店 （経営者）	販売量の動き	・震災以降、耐久消費財の需要は減退していたが、チラシで企画を打ち出したところ目標を9割方達成している。震災前の状況に戻つつある。
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・震災の影響はなくなりつつあり、3か月前との比較では良くなってきているが、前年比では依然として悪い。
		高級レストラン （支配人）	単価の動き	・震災特需の波が明らかにきている。ホテルにおける宿泊、宴会、レストランでの接待などで顕著になっている。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・復興支援で東北地方に全国から旅行客が来ており、入込客数は前年比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、若干下がっているものの3か月前とほぼ変わらない。料飲施設についても変わらない。宴会については、東日本大震災の影響で遅れていた学校、県、市の異動に伴う歓迎会の開催が非常に多くなっている。相対的には3か月前より上向いているが、これはあくまでも特需だと考えている。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・前月に引き続き、宿泊、レストラン、宴会共に売上は前年を上回っている。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・4～6月に予定されていた修学旅行が移行してきているため、全体的に伸びている。
		通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・震災の影響から徐々に回復してきている。
通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・3か月前の販売量があまり良くなかったこともあるが、例年に比べても今月の販売量はますますである。		

	遊園地（経営者）	来客数の動き	・高温や台風上陸があったが、震災復興イベントの会場になったこともあり、来客者数は今年初めて前年を9%上回っている。ただし、単価は下がっており、売上は微増である。また、学校、団体は戻りつつある。
	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・例年9月は落ち込む時期だが、今年は前月に続いて来客数、販売額共に好調である。
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベント等を多くしかけたものの、台風など荒天の日が多く、客足は今一つとなっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・ここ半年程度、飲料、日用品、雑貨は前年並みもしくはプラスとなっているが、文房具、書籍、化粧品等の不急な商品は落ち込みが続いている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・平日の来客は悪くないものの、ここ1、2か月、売出し期間の売上は前年を割る状態が続いている。客の動きがいまいちつかめない。
	一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・販売量、売上共に横ばいで推移しているものの、高額商品の動きが鈍い。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・震災特需で売れたアイテムの動きは大分落ち着いてきている。婦人服を中心にファッション全般の動きが良い傾向にある。雑貨ではバッグの動きが好調である。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・震災特需が継続しており、売上は前年比2けた増が続いている。気温も前年並みになり、秋物の動きも良い。ブランド品、高級時計など今まで不調だった商品にも動きが見られるようになってきている。
	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・9月2度の3連休は共に好調な推移となっている。月の後半の台風は来客数に大きな影響を与えたものの、特に2度目の3連休は気温、天候に恵まれ、秋物の動きは2けたの伸びとなるなど絶好調となっている。秋物はトレンドのポンチョやマントへの反応が大きい。また、人気の食品催事への客足も良くなっている。
	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・辛うじて前年は確保できているが、仕掛けによる売りまわしができていない。特に、秋のファッションの打ち出しを強化しているが、その効果は薄くなっている。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・平均単価は、加工食品等の値上げなどもあり、横ばいで推移している。買上点数も低下することなく推移しており、全体としてはそれほど悪くない。前年比の伸び率は前月とほぼ同じ水準である。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており、前年比増となっている。主力商材も比較的堅調に推移しており好調といえる。ただし、福島の店舗に関しては伸長が鈍化してきており、地域間格差が顕著になってきているような印象がある。
	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・前半は天候不順が続いたものの、たばこの値上げ効果に加え、ファーストフード品の販売数も伸びており、全体的には好調な売上を維持している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年はたばこ増税に伴う駆け込み需要があったため、前年割れを想定していたが、被災地を中心に来客数の伸長が見られ、売上高は5%増となっている。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・衣料品全般で仕入値の高騰や在庫の減少が続いており、得意先でも景気回復まで新規購入を見合わせている状況である。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数は天候に左右される面が大きく、前半は厳しかったものの、後半は気温も低下し伸びている。
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・ゴルフ用品等、高額商品が不振である。また、季節の端境期において寒暖の変化が大きくなっており、アパレル商品の販売量も不振となっている。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・復興需要も一段落し、安定している。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー購入補助金の終了により受注、販売共に大反落となった前年と比較すると、受注面では復旧需要及び新型車に支えられ、約倍増の状況となっている。また、販売面ではメーカーの優先配車等により、前年比120%前後の伸びとなっている。しかしながら、個人、法人共に客の様子から見ると、本格的な回復とは言い難い。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・新車の販売はエコカーやハイブリッドカー、燃費の良い軽自動車しか動いていない。価格が安いことが購入の条件のように見受けられる。	

	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・若干ではあるが、エコカーや軽自動車を中心に動きが見られる。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・来客数も前年並みに戻り、それに伴い販売量も下がってきている。震災特需も一服感がある。
	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・売上が前年を下回っている。
	その他専門店 [パソコン] (経営者)	競争相手の様子	・震災の影響で特需のあった業者だけが潤っている状況は変わらない。
	その他専門店 [酒](経営者)	販売量の動き	・2度の3連休にイベントが集中したため、被災地からも含め観光客が多く訪れ、土産物などを中心に販売量も動いている。しかし、飲食店なども連休以外は静かでにぎわいが安定するにはほど遠い。
	その他専門店 [酒](営業担当)	単価の動き	・売場の動きは相変わらず単価の安いものを中心に、低価格商品への一極集中が進んでいる。飲食店も厳しい状況が続いているが、地元の常連客を中心に客足が少し戻ったようである。
	その他専門店 [白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・作業服メーカーの値上げが今月から一斉に始まり、現場はかなり混乱している。しかも今までにない大幅な値上げとなり、一部の客からはかなりの不満が出ている。駆け込み受注も多少はあったが目立つものではなく、今後の売行きに影響が出そうでこちらのほうが心配である。
	その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	お客様の様子	・震災以降、需要の減退傾向が続いている。客はなるべく安い必要な物だけを選び購入する傾向が強くなっている。また、当地域は農業で収入を得ている人が多いため、例年収穫時期にはそれなりの燃料需要があったが、今年は福島第一原子力発電所事故の影響で販売が低調で、かつ単価安に歯止めが掛からない。また、県外からの観光客の落ち込みが顕著であるとともに、放射線を避けて県外移住する人が増えており、影響が出ている。
	その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	単価の動き	・週末ごとに単価が変わるが、それが思うような価格になっていない。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・消費者は景気に敏感であり、値引きをすると客足も伸びる。3か月前と比べ、良くなったわけでも悪くなったわけでもなく、小康状態である。
	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・同業者は良くない状況が続いており、全体的な景気は変わらないものの、当店では良い傾向が続いている。
	観光型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・遠方からの客は依然として少ない。また、宿泊を伴う会合などは控える様子が見られる。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門はコンクールや大会等の開催により稼働率は高い。レストランもランチタイムを中心に順調に推移しているが、低価格販売のため利益率は悪い。一般の宴会は予想を下回っている。
	タクシー運転手	単価の動き	・乗り控えがひどくなっている。
	タクシー運転手	販売量の動き	・3か月前と変わらない。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・3か月と比べ、景気は特に改善していない。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客は依然として新規投資に消極的である。
	競艇場(職員)	お客様の様子	・常連客が多数を占めており、客に大きな変化は見られない。また、購買単価も変わらない。全体的な売上は上向きであるものの、大きな流れにはなっていない。
	美容室(経営者)	単価の動き	・ここ3か月、客単価が前年比9割の状況が続いている。
やや悪くなっている	一般小売店[書籍](経営者)	来客数の動き	・震災特需もやや収まってきており、消費マインドも一層厳しくなっている。全体的に厳しさが増している。
	一般小売店[酒](経営者)	販売量の動き	・消費者は連休の旅行などにお金を使っているためか、売上が芳しくない。
	一般小売店[雑貨](経営者)	来客数の動き	・厳しい残暑や台風等の荒天により、買物客が減少している。また、消費者の買いたいものと商品がマッチしていないようであり、秋物商戦は大変苦戦している。

一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	来客数の動き	・客足も悪く、店頭での販売状況が悪くなっている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・震災による特需が落ち着いてきている。
百貨店（経営者）	単価の動き	・高額商品の売上が不振である。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・4月以降上がってきていた数字が、多少下がっている。おそらく、被災者の失業保険等が切れる時期に近づいているからではないかと見ている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・台風や水害などの影響もあり、前年と比べて来客数が減少している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・1万平方メートルを越す大型の競合店がオープンしたため、客の買い回りが進み、競合状態が厳しくなっている。
スーパー（店長）	単価の動き	・同じような商品であれば単価の低い商品を購入する客が目立っている。来客数は微減で推移している。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・震災復興特需に陰りが見えはじめている。商圏内の競合店も、設備を含め完全復旧している。さらに、大型量販店がディスカウント業態へ変更しており、競争の激化で単価、来客数共に減少し、業績に影響が出ている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・7、8月は順調であった売上が、9月に入り低迷している。競合他社の状況も同様で、打開すべくチラシ価格を下げて集客を図っているが、客は不要不急の商品は買わなくなってきた。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・食品の放射能汚染問題が、秋果実や牛肉、米などの販売量に影響を及ぼしている。
スーパー（販促担当）	販売量の動き	・食品を取り巻く環境が大きく変わってきており、特に放射能汚染の影響が拡大してきている。米に関しては安全が確認されるまでの期間が長く、前年度米の在庫が不足で需給のバランスが崩れたために、売上が大きく落ち込んでいる。また、客の買物動向では東北産のものを避けている傾向が見られる。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年並みであるが、客単価が低下傾向にあり、前年割れしている。その要因としては、震災特例で延期されていた税金等の納付時期となり、消費を抑えていることが挙げられる。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・たばこ増税から一巡し、前年比で見ると客単価の伸長が鈍ってきている。また、買上点数も下降気味である。
コンビニ（店長）	単価の動き	・消費はやや冷え込んでいるように見受けられる。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・例年であれば、秋物のニットやジャケットなど、高単価の商品が売れる時期であるが、今年は今着られるTシャツなど、低単価の商品しか動いていない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・秋物は立ち上がったが、なかなか寒くならなかったり、天候不順で来客数は少ない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴う特需に代わる商品がない状態のなかで、販売量を始め、すべてにおいて数字が下がっている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量が伸びない。
住関連専門店（経営者）	単価の動き	・仏具等の細かいものは多少さばけているが、高単価商品の動きが止まっている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・7月に農産物の放射能汚染問題が発生して以来、月を重ねるごとに販売量が落ち込んでいる。東北の農産物への消費者の拒否反応が過剰になっているようである。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・順調に伸びていた来客数は益明けからブレーキがかかり、今月はかなり減少している。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当地域では震災の影響も少し落ち着いてきているものの、今月は市議会議員選挙があったため地域全体が選挙ムード一色となり、夜の飲食を控える傾向がうかがえる。
観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・予約数は順調だが、単価の低下傾向が止まらない。同業各社も値下げしてきており、価格競争が深刻化している。現在の団体旅行市場の大部分が成熟市場から衰退市場へととなっているが、経営に具体的施策が無く、又は踏み切れず、今のところ値下げ販売の傾向を止められない。

	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・天候による影響も少なからずあり、好調に推移してきたピアガーデンも前年比では大きく落ち込んでいる。さらに、会合の件数も前年の3分の2と大変少なくなっている。レストランにおいても、来店回数並びに客単価が落ち込んでいる。企業や個人の防衛意識が非常に高くなっている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・震災復旧の応援で他県から来ていた人も減り、夜間の客がかなり少なくなっている。	
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・例年7～9月は新規加入者が増加傾向にあるが、今年は徐々に減少している。	
	観光名所(職員)	来客数の動き	・前年比80～90%まで戻ってきていた来客数が、理由は分からないが、50%まで落ち込んでいる。	
悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・地震や台風の影響で、来客数が少なくなっている。	
	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・震災以降、前月までは来客数も売上も横ばいで推移してきたが、今月はその水準から3割下がっている。	
	百貨店(経営者)	お客様の様子	・秋物商材の動きが悪い。気温が高めに推移したことも要因としてあるが、全体的に客単価も下がっており、衣料品も厳しい状況である。来客数は下がっていないが買上率が下がっている。	
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・放射能の影響や水害に見舞われたこと、職のない人が増えてきていることにより、客の動きが鈍ってきている。	
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・電話が鳴らず、来客が1人もいない日何日もある。	
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災被災者の旅館への2次避難も、仮設住宅などへの移動により、8月以降急激に減少している。観光客は、復興応援プランなど旅行会社の商品を動かしているものの、大手契約旅館に集中しており、中小旅館への宿泊予約は非常に少ない。宿泊者ゼロの日が数日あるなど、今までにないほど冷え込んでいる。	
企業動向 関連	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	・秋の新商品発売もあり、受注は前年比で10%以上伸びている。
		木材木製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・需給バランスが改善されず収益は厳しいものの、住宅部材の需要は増えてきている。
		出版・印刷・同 関連産業(経 理担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ、売上が前年同月比の水準に近づいてきている。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・自治体のがれき処理案件が新規で出件されている。また、官庁及び民間の案件についてもコンスタントに出件が続いている。
		建設業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・震災復旧関連の工事の受注が伸びている。
		輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の復旧が大分進んできており、物量は回復しつつある。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・携帯電話を導入する企業の数が多くなってきている。
		広告業協会(役員)	それ以外	・新聞、交通広告、折込などは依然苦戦が続いているものの、媒体関係もテレビ、ラジオのスポットは前年並みに回復してきている。また、被災した水産加工工場の生産活動が再開し、流通関係の販売も好調で、広告業界は少し明るさが見えてきている。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・23日からは新幹線も震災前のダイヤに戻り、JRが主体となった観光関連への取り組みも動き出している。また、自治体からは、雇用促進と連携し、雇用が条件の大型企画案件も出てきている。全体的には前年比8割程度となっている。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況を見ると、建設関係を中心に損益の改善傾向がうかがえる。
		その他非製造業 [飲食品卸売業](経営者)	受注量や販売量の動き	・震災特需は落ち着いたものの、商品の動きはやや良くなっている。
	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	・品薄感から前年より若干値上がりしたものの、米の農協買取価格は依然として低迷している。
食料品製造業(経営者)		受注量や販売量の動き	・3か月前の悪い状態から、あまり変わっていない。	

	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・夏物の販売も終わり、店頭の見行きは一段落している。秋物はまだまだ動きが無い。	
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・東北の大型工事は復旧工事を終えてからになるため、発注は全くない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品については震災前の水準に戻りつつある。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は減少している。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・資産運用では、欧州の債務不安から投資信託や外貨預金などのリスク性商品での運用が減少している。	
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・震災の復興需要もあり、一部に持ち直しの動きは見られるものの、通常の経済活動の本格的回復というには時期尚早の感がある。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・復興特需的なスポット需要は減りつつある。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災特需が踊り場にきている一方で、市場に動きが出始めている。	
	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	・東北の物産への支援需要は落ち着いてきたものの、清酒、特に被災3県の地酒に関しては依然として引き合いが強い。復興関係者で夜間人口が増加した市街地では、飲食店向けの出荷が引き続き好調である。	
	その他企業 [企画業]（経営者）	取引先の様子	・震災復興計画のなかでの住宅の取扱についてはまだ不鮮明なところが多く、住宅会社の足踏み状態が続いている。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月まで見られた震災特需も落ち着いてきており、売上も前年並みになっている。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・雇用状況が改善しない状況であり、消費者の購買意欲に積極さが感じられない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・復興景気が一時あったものの、現在は落ち着きつつあり、むしろ東北域外へ仕事が流出しつつあるところが浮き彫りになってきている。	
	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	・円高が企業の業績に大きな影響を与えており、経済全体が下向きになっている。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・大口顧客からのかなり厳しい値下げ要請が続いており、対応に苦慮している。	
	その他企業 [工場施設管理]（従業員）	取引先の様子	・生産数は依然として落ち込んでいるため、従業員は休日出勤や残業も抑えられており、収入も減っている。大変難しく、従業員も先行きを心配しているような状況である。	
	悪くなっている	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・桃の農協出荷の精算書が届いたが、収入は例年の2、3割となっている。個人からの贈答用の注文は1、2割で、農家の収入は激減している。
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・建設のコンサルタント企業から複数のCAD職種の派遣依頼を受けている。また、当市の産業人材育成事業も受託しており、3か月前と比べやや良くなっている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・大規模コールセンターの誘致が決定したり、自動車工場の期間従業員がアウトソーシングで流れてきたりと、具体的なオーダーが入り始めている。それに呼応するかのように人材も活発に動き始めた様子が見える。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・製造業、飲食業、サービス業の求人数が相変わらず増加傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・住宅関連やカー用品の販売、ガーデニング関係の卸など、震災後の復興特需で元気な企業が求人を出している。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	求人数の動き	・5～8月にかけて京阪地域からの申込が増え、前年比2倍くらいの状況が続いていたが、9月に入り一段落している。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災から半年がたち、復旧復興への歩みも出始めている。周辺企業からは第3次補正予算の早期成立を強く望む声が多く聞こえてきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が増加したため、倍率も上昇してきている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・震災復興の影響で落ち込んでいた業況が、徐々にではあるが回復基調にある。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・震災復興関連の求人が依然として好調なことに加え、介護関係、飲食店などの求人が増加している。一方で、円高等の影響もあり、製造業の求人が減少しているため、求人の増加は鈍化している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・一般企業の求人が増えていないことに加え、雇用保険受給期間延長によるものか、求職者の動きが鈍くなっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・仕事の受注は徐々に増えてきているが、仕入費が高く利益率が悪い。官庁関係の入札も価格競争になっていて、利幅を少なくしないと落札が困難な状況である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加しているものの、新卒者を対象とする求人は下回っている。
	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、5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	・新規学卒予定者を対象とする求人数が前年比で減少している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人の増加基調は続いているが、伸び率は前年同月比1けたで推移している。新卒求人も前年と同水準で推移しており、明るさは見られない。
やや悪くなっている	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・新規求人数は前年比で増加を続けているものの、小幅にとどまっている。正規社員の求人も少ない。 ・予想していたよりも受注が増えない。
悪くなっている	-	-	-