

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	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・初売り前後から、スーツ、礼服、コートといった高単価商品を購入する客が多くなっており、好調が続いている。
	やや良く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・東日本大震災後の支援効果で商店街は全体的に好況さがうかがえ、店によっては宝飾など高額品の動きが活発である。
		百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・初売り商戦の動きが前年と比べ好調となっている。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・初売り2日間は売上、来客数共に前年比2けたの増加で、その後のクリアランス商戦も前年比2けた増と好調である。基幹アイテムはブーツを中心に売上を大きく伸ばしている。防寒アイテムも紳士、婦人共にセーターが売れている。気温が低くなった後半も客足は衰えていない。
		百貨店(売場担 当)	お客様の様子	・初商から好スタートを切り、その後も好天に恵まれたため、来客数が極端に落ちることもなく順調に推移している。少し積雪があると、ひざ丈のダウンコートなど防寒衣料を探る客が多く見受けられ、在庫があるブランドは売上に直結している。降雪で天候が荒れた月末の数日は前年割れしたが、1か月を通してみると、セール成功がけん引し、前年比をクリアしている。
		コンビニ(経 営者)	単価の動き	・周辺の工事関係が一段落した影響か、来客数が次第に減っている。また、年賀状の売行きがオープン以来最低となっている。しかしながら、売上は前年比112%と好調を維持しており、買上点数も12月から3点台を維持し、堅調に推移している。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・春物商材のインナー、ボトム需要がある。加えて、例年とは異なり、気温の低下によって下旬に入っても冬物商材のニーズが下がっておらず、売上を確保できている。
		家電量販店(店 長)	来客数の動き	・来客数の増加が続いている。消費行動も活発化してきている。
		乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・実施が見込まれているエコカー補助金制度の復活と新型エコカー発売の相乗効果で客の購買意欲が刺激され、来客数も増えているため、店頭が活気付いている。販売ペースでは、前年比50%増であり、2年前をも上回る勢いで推移している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・自動車の供給制約が解消されてきたことで納車も進み、受注も順調に推移している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新型の軽自動車とハイブリッド車を中心に、初売りから受注が好調である。
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・初売りでの新車販売が好調である。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新型ハイブリッド車が好調に推移している。例年、販売が伸びる季節ではあるが今年は更に好調で、前年比132%の伸長である。
		住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・必ずしも販売に結び付いているわけではないが、仏壇を求めて来店する客が多くなっている。
		その他専門店 [ガソリンスタ ンド](営業担 当)	販売量の動き	・寒波の到来に加え、復興のための工事が順調に動いていることもあり、販売量が増加している。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・来客数はそれほど増えていないが、客単価が若干上がってきている。
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災の復興支援の方に来ていただいていることで来客数は増加している。また、週末も来客数の多い状況が続いている。しかしながら、単価は少し落ちている。		
旅行代理店(従 業員)	競争相手の様子	・販売量等が前月に続き伸びている。同業他社からも景気の良い話が聞こえてくる。		
通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・沿岸部も東日本大震災から大分落ち着いてきており、精神的にも余裕が出てきて、購買意欲も高まっている。内陸部はもともと影響が少ないせいも、年が変わり、来客数が増えているようである。景気は上向いている。		
通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・新商品が発売され、スマートフォンへの買換え需要が伸びている。		

変わらない	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災関連の仕事が増えたことで、住宅の建て替え工事も含め、図面の依頼が増えてきている。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・初売り商戦は物販、飲食共におしなべて好調であった。しかしながら、その後は寒波のせい、復興景気の息切れのせい、低調が続いており、全体的には前年比プラスマイナスゼロといったところである。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の復興景気といわれているが格差がある。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・三が日が過ぎたころから寒さがひどくなり来客数は減少しているが、販売努力により客単価が上がっているため、売上は3か月前とほとんど変わらない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・販売量は前年比約10%増となっている。しかしながら、来客数はそう良いわけではないので、全体的にみると3か月前と変わらない。
	一般小売店〔カメラ〕（店長）	来客数の動き	・大雪のため来客数は減少傾向にあるものの、高額品の動きが好調で、売上は横ばいで推移している。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年と比べ雪が少ない分、客足がスムーズなことから、来客数にむらがなく、売上も順調に推移している。また、寒さが厳しいことから、クリアランスでの冬物の動きも良く、コートなどの重衣料やウオームピズ関連商材も依然として動きが見られる。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・初売りは過去3番目の好成績を残すことができ、その後の数字も順調に伸びていた。ただし、寒さと重なってきたこともあるが、このところ一時の勢いに陰りが見え始めており、客の買上総点数が落ちてきたことが気掛かりである。
	百貨店（経営者）	お客様の様子	・寒波、降雪の影響もあり、3か月前と同様に来客数の減少が続いている。季節商材の処分セールにおいても、購買意欲の高まりはうかがえない。
	百貨店（経営者）	来客数の動き	・降雪や厳冬の影響もあり、予約品受取の来店延期の連絡等が多くなっている。遠方顧客や路面が凍結する夕方以降の来客数が減少している。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・年末年始は天候に恵まれて前年並みとなった。野菜の価格が高値に入ったこともあり、足元も前年並みである。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は好調に推移している。スーパーマーケットはここ数か月、家庭内の絆の強化による内食傾向に助けられ、来客数、買上点数共に増加傾向にある。特にハレの日やイベント時にはその傾向が顕著になっている。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・これまで400円台のたばこを購入していた客が200円台の商品に切替えている様子が見受けられる。
	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・たばこの値上げによる販売額の増加は3か月前と変わらず続いており、全体の売上を下支えしている。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・冬のセールに入りコートなど防寒衣料が売れているため単価は上がってきているが、来客数が若干下がっているため、売上は横ばいである。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・入札等の単価が極端に低く、原価割れでないと太刀打ちできない状況が続き、地元中小企業は大変である。商品の適正価格は無いに等しい。
	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数は増加しているが、1品単価が低下してきている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・季節商材の売上が前年並みに戻ってきているほか、買上点数もわずかながら上がっている。	
家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数、販売数量共に伸びず、景気は低迷している。	
家電量販店（店長）	販売量の動き	・やや落ち着いてきているものの、引き続き復興需要がみられる。地元客に加え、被災地から避難している人が暖房器具を買い求めている。	
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少傾向が続いているなか、大雪の影響で来客が極端に少ない日が増えている。	
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	競争相手の様子	・発注したくても東日本大震災の復興に関わる業者が値を上げているらしく、客への金額提示と請け負う側のバランスが崩れてきているため、良い形でお金が回っていない。	
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・年末年始は飲食店も多少はにぎわい、動きも良かったが長続きせず、三が日を過ぎると一気に通常の動きに戻ったため、全体的には3か月前とさほど変わらない。	

	その他専門店 〔酒〕(営業担 当)	来客数の動き	・年末年始の飲食の会合がかなり減っており、来客数も少ない。特に少人数グループの客が減っている。地元以外で仕事をする人が多くなっているようで、平日、週末共に歩く人も少ない。
	その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕(営業担 当)	販売量の動き	・ガソリン関係は変わらないが、軽油は東日本大震災の影響で多少伸びている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・まずまず良い状態を維持している。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前も前年比20%強の入込増であったが、今月も同約15%増となっている。これは、例年の新年会に加え、復興関連の企業による利用が上積みされたことによる。また、芸子の入る率も高くなっており、特に三が日と週末は盛況である。
	観光型旅館(ス タッフ)	販売量の動き	・予約数に加え、空室状況などの問い合わせも増えていない。予約は直前の傾向が強くなっており、ぎりぎりまで数字が読みにくい状況にある。
	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・3か月前と変わらず、復興特需が続いている。今月は曜日の並びが良くなかったが、宴会、宿泊、料飲施設共に前年を上回っている。
	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・レストランは、個人やグループ客を中心に低単価の新年会プランの利用が活発だが、企業等の宴会場を利用した新年会は激減している。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・法人宴会部門の件数と売上が引き続き前年を上回り、来月の先行予約状況も順調に推移している。また、宿泊とレストランの売上も前年を上回る状況が続いている。
	タクシー運転手	販売量の動き	・乗客が途切れることがなく、乗せる回数も増えており、やや良いといえる状況が続いている。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・スマートフォン、タブレット端末の導入が加速している。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・景気が上向き材料も下向き材料も見当たらない。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に改善がみられない。
	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・注文、受注量が極端に減少している。
	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・販売量はここ2、3か月横ばいである。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・上旬までは客の購買意欲も上向きであったが、後半は豪雪の影響もあり、一旦小休止といった状況で、例年と比べてもあまり変化が無い。その結果、3か月前と比べてもあまり変わらない。
	観光名所(職 員)	販売量の動き	・入込状況はここ数か月、前年比で10%強のマイナスが続いている。ここにきて、若干買い控えがあるようで、単価が下がっている。3か月前と変わらないようではあるが、少しずつ下向きの傾向になりつつあるような感もある。
	遊園地(経営 者)	来客数の動き	・1月の営業期間は9日間のみで、寒波に見舞われた。前年と比べ来客数は減少しているが、売上はわずかに上回っている。
	美容室(経営 者)	単価の動き	・単価は前年比8～9割の状態が続いている。
	美容室(経営 者)	来客数の動き	・寒い時期であり、外に出る機会も少なく、来客数は減る一方である。
	その他サービス 〔自動車整備 業〕(経営者)	販売量の動き	・年明けからの来客数と売上は低調である。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・顧客が新築住宅の相談に来るが、予算で中古住宅に変わるケースも増えており、仲介手数料とリフォーム工事費を合わせた1件あたりの客単価は下がっている。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・数十年ぶりの大雪が12月から続いており、毎日雪かきに追われ、街のなかに買物にゆっくり出るといった気分にはなれない。そのため、日用品や食料品は通信販売やインターネットでの購入であるとか、家にいながらにして買物をしているような状況である。
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・初売りは福袋などを目当てにした来店客が例年より少なかった。当地域は寒さが厳しい割に積雪は少なく、除雪用具やブーツ、防寒衣料の動きが鈍くなっている。

一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・年末年始もそれほど盛り上がりせず、売上もそれほどではなかった。10日を過ぎてからは徐々に消費を抑える動きが見られるようになってきている。
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	来客数の動き	・バーゲンをして前年を何とか上回ったが、通常販売だけでは前年を上回ることとはかなり厳しい。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・9、10月ごろまでは前年比10%台であった販売量の伸び率が、現在は1～2%まで下がっている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・前年比の伸び率が鈍化しており、前月の推移よりも3%ほど低下している。平均単価は農産物の高騰があるものの、前年度上期のように前年割れとなっている。買上点数の伸び率も若干下がり、買い控えの傾向がうかがえる。建築、土木関係とその近隣の飲食店やコンビニのみが好景気で、ほかに波及していない。製造業からも悪い話ばかりで、良い話が聞こえてこない。やや悪くなってきた様子である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・何年かぶりの厳しい冬で、家庭における灯油の消費量も増えている。切り詰められるところを切り詰めていることが客の様子から見て取れる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・年末年始と出費がかさむためか、正月明けから、客の儉約ムードは強く、来客数の伸び率もやや低くなる傾向にある。来店回数が減っているようである。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・正月明けということもあり、消費者の財布のひもが固くなっていて、買上点数も伸びていない。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は今年に入り、3か月前の前年比104%から98%へと前年割れしている。店の周辺の復興需要も一段落している。住民の買い方にも変化が起きつつあり、以前のように菓子や飲料で買物かごを一杯にする光景は少なくなっている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比100%以上で推移しているものの、客単価の伸びが鈍化してきている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年より高い水準であるが伸びは鈍化しており、少しずつ悪くなってきている。店によってばらつきはあるが、ブルーカラーの来店が若干減ってきている印象がある。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の伸張が鈍化している。東日本大震災の影響でプラスに転じているが、ピーク時の11月よりマイナス6ポイントと低調である。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大雪により、販売量が伸び悩んでいる。
住関連専門店（経営者）	単価の動き	・来客数は前年とさほど変わらないが、先行きが不透明なこともあり、単価は下がっている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・相次ぐ値上げに客も社員もとまどいがある。継続して納品する場合などはいちいち価格を調べ、値上げの場合は連絡をしてという煩雑な手間がかかる。続けざまの値上げに双方ともうんざりしている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・一部の飲食店では客が戻ってきているという話も聞くが、レストランとなると、まだざいたく感があるようで、そこまで客は戻っていない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・年末から年始にかけての集まり事で、いろいろな客層の来店があったが、フリー客の来店は思ったほどではないため、経済状況はやや厳しい傾向にあることがうかがえる。その根底にあるのは、不安定な政治と財政の先行き不透明感だという話を客からよく耳にする。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災以降の好景気で12月半ばくらいまでは回復を実感できたが、年末年始以降、当館への来客も新幹線で当地を訪れる客も、トーンダウン気味になってきている。
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、新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	・乗り控えがますます増えてきている。また、料金を負けてくれと言う客も増えている。
タクシー運転手	来客数の動き	・期待した新年会客は非常に少なくなっている。客の話から、身近に亡くなった人や被災した人がいるため、新年会を控えている人が多い様子うかがえる。
競艇場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災特需による景気上向き感があったものの、前年の暮れ前後から販売額の伸びが鈍化してきている。

	悪く なっている	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は3か月前と比べ2割ほど落ちている。前年の3月も含め、東日本大震災以来最低水準となる見込みである。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・例年この時期は販売量が落ち込む。寒さは厳しいが、暖房器具の追加購入や買換え需要もない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・当地域に出店した大手スーパーの度を越えた安売りにより、客が買い回りをしている。また、年明けに消費税増税の方針が打ち出されたことで消費マインドは悪化し、客の財布のひもが非常に固くなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・正月の帰省客も少なく、例年に比べ、三が日の客足も芳しくなかった。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で減少している状況が継続している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・年明けからの来客数が1けたである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・冬物セールも後半になるが、気温の低い日が続いたことに加え、除雪に時間を割かれるようで、割引率が更に下がっても来客数が少ない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・車の買換えが進んだため、車検部品の動きが極端に悪くなっている。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・日本海側は積雪により、防滑底や長靴、ブーツといった冬物商材の販売量が増加していると聞か、太平洋側では積雪が全く無く大苦戦している。
		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・復興特需も一段落し、ここにきて非常に厳しくなっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・地元の新年会以外の宿泊が全くない。宿泊客がゼロの日もあり、過去にない状況である。		
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（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と同様、土産物、レストラン共に、前年比3～4%増となっている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前月は元々受注量が多い月だが、今月も前年を上回っており、年度の後半から上向いてきている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて売上が横ばいとなっている。大底のところは脱出したのではないかとみている。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復旧関連は一段落した感があるものの、補正予算絡みの発注増で発注数は安定している。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・月額ランニングコストが高いサービスでも伸びてきている。
		広告業協会（役員）	取引先の様子	・流通業界は初売り後も好調のようで、広告市場も少しではあるが活気が出てきた。テレビ局も前年の水準までは戻しており、折込関係も回復している。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況から判断し、建設業、小売業の売上、利益共に業績回復が進んでいる。
		コピーサービス業（経営者）	それ以外	・開催したフェアの来客数が前年を大きく上回っている。消費者の購買意欲がうかがえる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・10日ごろまでは出荷量が落ちていたが、その後は東日本大震災の復興に伴う県外客が戻ってきたようで、月末にかけて繁華街の飲食店向けを中心に大きく伸びている。
その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の被災地における土地利用施策や補助金制度の整備を反映し、住宅会社の受注棟数が急激に伸びている。		
変わらない		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比べ、農産物直売所に出荷している商品の売行きが悪くなっている。
		食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上は横ばいだが、販売促進費等の経費増加で収益面で厳しい状況が続いている。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・復興需要、最需要期の動きはいずれもやや良かったという印象で終わっている。
		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、完成車メーカーの増産でやや受注が回復してきているが、円高の定着により輸出環境は最悪の状況にある。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・災害廃棄物処理業務の発注は落ちてきているが、代わって大型のインフラ整備事業や放射能除染業務などが発注されはじめている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷主も円高等による輸入品の市況圧迫を受け、販売が厳しい状況にあり、東日本大震災の復旧後の生産計画通りになるのかという不安要素がある。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・限られた顧客ではあるが大口の引き合いがあり、これまでのマイナスをカバーする勢いである。

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・大雪のため、土木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	・生産活動は東日本大震災前の水準まで持ち直してきているものの、そのことが企業収益の向上に反映しているという明確な動きは把握されていない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞購読、折込チラシ共にやや上向いている感はあるが安定してはいないため、良くなっているとも悪くなっているともいえない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・復興需要は続いているものの、量の伸びに売上の伸びが伴わなくなっている。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・社員食堂に納品している出入り業者の動きをみると、3か月前に比べて納品量や金額に変化はないようである。当地域全体でみても景気は低迷しており、3か月前とさほど変わらない。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・今シーズンのふじりんごは価格が例年と変わらなかったにもかかわらず、出荷量はどの農家も例年の7割程度である。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・初売りは人出も多く売上也良かったが、それ以降は観光客も少なく、復興の応援の方も正月で地元に戻っていたということもあり、土産需要は厳しい。	
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円高進行により住宅部材の輸入価格が下がったため、競合の国内産の単価も下がり、採算が悪くなっている。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官公庁関係の仕事が減少しており、更なる価格競争に陥っている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・中小は復興景気で忙しいところも見られるが、大手は海外シフトを具体的に計画してきている。	
	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	・受注額が低迷している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的な要因を別にすれば、消費税増税問題や東日本大震災などで客の気持ちが委縮し、工事を控えている状態だとみられる。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・デステイネーションキャンペーンや、東北観光博といった観光分野での新規案件はあるものの、勢いに減速感がある。	
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・取引先からは、前年と比較すると来客数、買上単価、買上点数、1品単価共に1割程度減少しているという話をよく聞く。	
悪くなっている	-	-	-	
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）	周辺企業の様子	・建設、建築から設備業界への経済波及効果が確認される。派遣オーダーが活性化しているのが主な要因だが、実際には雇用期間の長期化が期待できない状況などもあり、求人側のオーダーと求職者側のニーズが噛み合っていない様子が見える。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・建築、住宅業界の募集に加え、中古車及びタイヤホイールなど自動車用品販売等の業種で求人が好調である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・当地域の人材サービス会社への求人依頼は活発な状況にある。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・復興関連の仕事が入ってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・復興需要により一時期活況を呈していた求人状況も一段落つき、良い方向に向かってはいるものの、踊り場状態になっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・採用意欲は多くの業種でいまだに低い、製造業など一部では積極性が見られる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の掲載件数がわずかながら上向いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・地元量販店の決算など業種は限られるが利益を上げている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年同月比で増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が前年同期比で増加している。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月以降、新規求人は前年を上回るペースで増加しており、業種にばらつきはあるものの増加傾向が続いている。平成24年3月の新卒者対象求人の申込もここにきて増加しており、上向き感がある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・生命保険会社の全国規模の営業譲渡により、東北管内における月商が約300万円と良くなっている。一方で、ボランティア団体からの委託業務が前年末でほぼ収束しており、全体的には変わらない。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人件数はやや上向きではあるものの、極端に大きな伸長にはならなくなってきている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業で東日本大震災の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、9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	・求人数は前年同期並みに持ち直したが、上回るまでには至っていない。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人の増加基調は続いている。一方、在職求職者の減少により求職者全体が減少基調にある。そのため、有効求人倍率は前月と変わらず0.84倍である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が前年比で増加し、有効求職者数が減少を続けているものの、企業の採用意欲に力強さがなく、有効求人倍率も依然として厳しい。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の復興関連で宿泊関係などが多忙になっている反面、観光地の客足は減少が見られるなど、極端な状況である。また、製造業などは非常に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	-	-	-