

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	・例年よりも寒いため、コートの需要が途切れずに動いていることに加え、礼服が非常に動いている。結婚式のためや、東日本大震災の合同慰霊祭や一周忌を前に、若い人、お年を召した人など年齢に関係なく、礼服を新たに購入する人が多くなっている。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・新型車の恩恵もあり、販売量が前年比でプラスになっている。特にハイブリッド車の売行きが良く、全体を押し上げている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・引き続き、東日本大震災で被災した建物の建て替えや増築工事が増えてきている。
	やや良く なっている	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・海外ブランドは相変わらず好調に推移しているが、他の商品群の販売量が落ちてきている。また、理由はわからないが、前月下旬ごろから買上点数が若干減ってきている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、顧客の購買の動きは食、住、衣の順番で回復してきたが、ここにきて美術、呉服、宝飾品といったぜいたく品にも動きが出てきており、売上を底上げしている。
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・急激に寒くなり秋物商材が売れなかった3か月前との比較では、クリアランスセールがあったこともあり、来客数は増えている。全体としては来客数の増加が売上の若干の押し上げにつながっている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・降雪で客足は良くないが、買上点数と客単価が改善している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の伸びは変わらないが、買上点数及び客単価が増加し、売上の増加が見られる。また、収益金の一部が東日本大震災の復興支援にあてられる宝くじの売上が好調となっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売の伸長率は落ち着きつつあるものの堅調に推移している。例年は苦戦する2月も、今年は節分の丸かぶり寿司やバレンタインのチョコも前年以上の動きを見せ好調である。また、買上点数も上昇している。
		衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・一般客の来店数が前年比で増えている。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・年度末商戦を迎え、エコカー減税の延長とエコカー補助金制度の復活、そして新型車効果で市場は活況を呈し、駆け込み需要も散見され、受注レベルでは前年に比べ倍近く伸びている。また、販売面では生産供給もほぼ回復したことや、営業日が2日間多いこともあり、前年を大幅に上回るレベルで推移している。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・需要期にエコカー補助金制度の復活が決まり、新車受注を後押ししている。例年に比べて厳しい寒波も、買換え促進にはプラスに作用している。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・新型軽自動車の売行きが好調である。また、エコカー減税とエコカー補助金の後押しも大きな要因となっている。さらに、大雪も落ち着き、天候が春めいてきていることもプラスにはたらくている。
乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金の復活に加え、従来のエコカー減税では対象となるものの、新たに延長されたエコカー減税では対象から漏れる車種については適用終了も間近ということで、駆け込み需要が出てきている。		
住関連専門店 （経営者）	販売量の動き	・販売量が少しずつ伸びている。		
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・悪くない状態が続いているため、変わらないと判断したが、天候不順を考慮に入れると、やや良い状態に近いともいえる。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響及び東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害もなくなり、ようやく買物需要の動きが出てきている。例年になく大雪で人出は減っているものの、通信販売の売上が非常に伸びている。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	単価の動き	・来客数、客単価共に変わらない状況が続いている。ギフト関連の高単価商品は動いているものの、全体的にはデフレ傾向にある。	

一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・客が必要なものを必要な数しか購入しない状況は3か月前と変わらない。売れ筋の商品などは毎月そんなに変わらず動いているが、一般薬の商品の動きが鈍く、雑貨も売れているものとそうでないものの差がはっきりしている。客は相談して買うものは当店で、そうでない安いものは他店でという傾向がますますはっきりしてきている。また、寒さが続き、客が外出を控えたことも影響している。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前月よりは良くなったものの、3か月前と同様の水準である。客との会話も地震、放射能という話題が薄れつつあり、東日本大震災以前の状態に近くなってきている。
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で来客数も増加傾向にある。販売量、売上も共に上向きで推移している。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・冬物の最終処分と春物の展開の狭間のなかで、全体的には動きが鈍い感があったものの、前半はバレンタインデーや仕事の返礼ギフト、後半は異動や退職に伴う記念品や返礼ギフトといったギフト需要の動きが目立っている。
百貨店（経営者）	それ以外	・天候の影響が大きく、販売機会を失っている。また、気温が低いいため、春物の動きが鈍く、停滞している。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後、7月から秋口にかけては前年比2けたの伸び率となっていたが、年末から今月にかけては前年比2～3%の伸びで推移している。
スーパー（経営者）	単価の動き	・引き続き、野菜の高値が続いている。平均単価は前月よりもやや持ち直している。降雪等天候の悪い日が多いため、来客数はやや鈍っているものの、買いためのためか買上点数が増え、前年比の伸び率はやや改善している。またそれにより、客単価も上げられている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・商品の特売価格が依然として下がり続けている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・1月後半から2月中旬までは、豪雪により、大型店では週末のまとめ買いで売上が好調となっている。一方、小型店では、道路事情が悪く大型店まで行くのが大変な客の来店頻度が高まっている。全体としては、豪雪が来客数、買上点数、客単価に良い影響を与えている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年と変わらないが、買上点数が減少している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比101%、客単価は同102%となっている。来客数増加の理由としては、復興作業に従事する作業員等の来店増加がある。販売が特に好調な商品は、弁当、おにぎり、麺類やソフトドリンクである。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年の水準を維持しているものの、低温の気候が影響し、来客数の伸びが鈍化している。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・雪が多く気温も低いいため、前年と比べ来客数が減少している。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・中旬まではセール品を中心に販売量が伸びていたが、セール品が品薄になるにつれ、売上も落ちてきている。春物は前年に比べ動きが遅いため、全体的にみると販売量が落ち込んでいる。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・豪雪により来客数が著しく少ない日もある。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・本来、冬と春が同居する月に冬の気候ばかりが続いており、春物商材が立ち遅れている。冬物商材で売上が確保できても、春物商材の立ち遅れにより、利益が計画通りに確保できていない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・いまだ風評被害の影響が続いており、回復しているとはいえない状況である。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・売上が落ちたということではないが、周囲の状況はかなり厳しさを増しており、利益の確保が難しい。全体の実感としては何も変わっていない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・割引のチラシを配れば来客数は増加するが、配らなければ客足が悪くなる状況は3か月前と変わっていない。
一般レストラン（経営者）	それ以外	・インターネット関連の2社に依頼して出している広告の影響もあるのか、3か月前と変わらず、やや良い状況となっている。

観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・例年であればオフの時期であるが、今年は雪の心配もなく、県外からの復興支援ツアーの客や県内被災者などの利用で入込が好調となっている。	
都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・宿泊は若干伸びているものの、単価の動きはここ数か月ほとんど変わらない。料飲施設や宴会、婚礼も変化がない。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・低価格のレストラン企画は相変わらず人気だが、宿泊、一般宴会、婚礼は低迷している。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・引き続き、震災復興関係で、宿泊、レストラン、宴会共に前年を上回る入込となっているが、顧客企業からは業績悪化等の理由によりキャンセルも出始めている。	
タクシー運転手	販売量の動き	・間もなく東日本大震災から1年が経つが、市内の飲食店などは震災前の状況に戻っている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・夜間の乗客が非常に少ない。また、乗客があっても短距離客ばかりで、長距離客はほとんどいない。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・東日本大震災からの復興の動きが鈍い。外部からの支援体制も進まず、消費が悪化している。また、失業者に対する雇用保険給付も終わり、消費低迷に拍車がかかっている。景気に変化はみられない。	
通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・今月に入り来客数が極端に減っている。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・一部の業種は復興特需で景気は良いようであるが、全体としては良くない。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客の様子を見ても景気が良くなっているようには見えない。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客の新規設備投資意欲に前向きな変化が見られず、経費削減に注力している。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客は新規投資に相変わらず慎重である。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・建設、建築など復興絡みの一部業種では好況感はあるものの、客との商談からもほとんどの企業で好況感はない。増税論議や年金問題等、政局不安定の影響が個人消費意欲にブレーキをかけている感は否めない。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・復興支援の団体の入込はあるものの、東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害があった当地域への旅行客数はさほど増えておらず、土産物等の販売量も伸びていない。	
遊園地(経営 者)	それ以外	・震災特需と言われているが、特定の業種に偏っている印象がある。今月は休園中であるが、この先の学校、団体の予約状況は前年に比べ低調である。	
美容室(経営 者)	単価の動き	・来客数は依然として前年比120%程度を維持しているが、単価はかなり厳しい状況が続いており、全体的にはやや悪い状況である。	
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・年末までは良かった震災復興関連の景気が年明けから下がってきている。また、寒さの影響が大きくなっている。
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・寒さが厳しく外出しない。復興景気の様子もうかがえない。
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・1月中旬～2月上旬はやや穏やかな天候で春物婦人服を中心に動き出した矢先、寒波、降雪と逆戻りし、除雪用具や長靴類は日本海側の豪雪地域にシフトしたため、売れる商品が無い状態になっている。今年は天候の読み違いでやや不調である。
	百貨店(総務担 当)	来客数の動き	・大雪等の影響で、来客数、売上共に減少している。
	スーパー(店 長)	単価の動き	・前月中旬以降、買い控えの傾向が続いている。
	スーパー(販促 担当)	お客様の様子	・客単価は上がっているものの、客の買物は特売等のセールに合わせた動きになっている。特に調味料や雑貨類等の買い置き商品はセールに合わせて買う傾向が更に強くなっている。
	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・客単価は前年比107%と堅調であるが、競合の出店により来客数が前年割れを起こしている。
	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・客単価はほぼ横ばいであり、売上も前年を超える実績となっているが、気温が低めに推移していることもあって、来客数が伸びていない。
	コンビニ(エリ ア担当)	それ以外	・弁当やおにぎりなどの食事関連の商品の動きが鈍化しており、売上が下がってきている。
	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・様々な販促策を講じているものの、来客数の増加につながっていない。

衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・年明けの1月から2月にかけて販売量が低下している。今年に入り前年比を下回っており、厳しい状況である。
家電量販店(店長)	単価の動き	・1件当たりの購入金額及び単価の低下に歯止めがきかない状況が続いている。
その他専門店 〔パソコン〕 (経営者)	競争相手の様子	・官公庁の仕事を受けているところは、年度末を迎えて急な仕事が入ってきているようだが、中小企業の状況は民間の仕事がほとんどないため芳しくない。
その他専門店 〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・土地柄、ある程度の降雪がないと経済も回らない季節だが、今冬はまれにみる大雪で、除雪費や灯油代などの出費がかさんだことに加え、四六時中、雪かきに追われ、飲食店の客足が伸びない。そのため、必然的にアルコール類の販売量が伸びない悪循環になっている。消費者からは余裕が全くつかえない。
その他専門店 〔靴〕(経営者)	販売量の動き	・豪雪と低温により買物客の出足が鈍い。
その他専門店 〔酒〕(営業担当)	販売量の動き	・前月から引き続き、飲食店の客足が悪く非常に苦戦している。高付加価値商材も多少は動く気配をみせているものの、全般的に単価の安い商材が動いている。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	単価の動き	・景気の先行きの見通しがつかない状況のもと、石油業界においては、省エネの動きが強く出ていて販売数量が激減する予想が出ている。そのなかでの生き残りをかけた販売量の確保のための動きが、販売単価の下落という形で現れているため、十分な利益の確保が困難になっている。各地で生き残り競争が表面化してきている。震災復興需要が堅調なことと、厳冬で雪が多く暖房用の燃料の販売が好調なことと実態が隠れているが、中東情勢の影響で原油価格が上昇しており、末端への転嫁の遅れで業績が悪化している。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	それ以外	・原油価格高騰の影響もあり、買い控えが相当であるとみている。特に、メーカーは価格をどんどん上げてきているので、価格対応が追い付かない状況である。
高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・インフルエンザの影響もあり、とても好調だった客足が、年明け以降、非常に悪化している。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・寒いこともあり、客足が非常に鈍くなっている。特にディナータイムは客が1人も来ない日もあるなど大変厳しい。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・例年、そう悪い月ではないが、今年は前年比70%ほど大変悪くなっている。前月まではそれほど悪くなかったが、今月に入り急に落ち込んでいる。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響はなくなりつつあるが、円高で工場の海外向け出荷が低迷していることに伴い、従業員の消費意欲に陰りが出ている。
観光型ホテル (スタッフ)	それ以外	・週末は忙しいものの、平日の客足にばらつきが見られ、平均すれば前年並みである。しかしながら、歓送迎会の予約状況は芳しくない。
観光型旅館(スタッフ)	単価の動き	・人数で売上を伸ばそうとすると単価が下がり、その価格競争が経営を圧迫することはわかっているのだが、売上を確保したいがため、その流れから脱することができずにいる。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・このところの寒さの影響か、宴会、会合が前年よりも悪くなっており、なかなか前年を超えることができない。寒さで客がなかなか外に出ないことに加え、新幹線の乗車率が期待したほど上がってこないということも、街に活気がない要因になっているのではないかと。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・例年よりも降雪量が多く、その影響が少なからず出ている。一部、デパート地下に出店している総菜店では消費単価が上がっているものの、総体的には当館への来客数は少なく、キャンセルも出ている。特定要因を除けば、消費者マインドは依然として冷え込んでおり、景気回復はほど遠い状況である。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・前月までの需要とは明らかに異なり、販売量が伸び悩んでいる。ここにきて鈍化しているようである。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入は前年並みであるが、前月から続く大雪の影響もあり、3か月前と比べると客の加入意欲が鈍っている。特に光熱費等の出費が異常に多くなっているためか、新たな出費を控えている人が多いようである。

		観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は前年比19%減であった乗船状況が、ここ にきて同20数%～30%程度までマイナス幅が広がって いる。3か月前よりも落ち込みが若干大きくなってい る。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・売上は前年に比べて良いものの、雇用保険の給付打 ち切りなどにより、下向きになってきている。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・同業他社からも、今月は全体的に落ち込んでいると いう声が聞かれる。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・受注残があるため、仕事量としては問題ないが、戸 建ての新規受注が落ちてきている。
	悪く なっている	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・例年にない寒さで、インフルエンザも流行し、風邪 をひいて調子の悪い人が非常に多いなか、薬を買って 自分で治す人がいる反面、薬は買わず自己免疫力を頼 りに寝て治す人もいる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・客先を訪問して回っても、商品に対する購入意欲が うかがえず、商品が動かない。
		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放射能の影響 で、地元からだんだん人が離れ、人口が減っているた め、売上も少しずつ下がっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・冬物も最終になっているが、気持ちは春物に動いて いる。しかし、財布のひもは固く、買い控えがうかが える。また、いつもよりスーツの需要が少ない。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・大雪の影響で雪かきに忙しく、道路事情も悪いた め、来客数が極端に減少している。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・耐久消費財に力を入れるという客の数が減ってきて いるようである。買い控えに加え、前年に安売りの店 がオープンしたことの影響もあるようである。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年11、12月には、温泉にでも行って少しのんびり したいという雰囲気が被災者にあり、忘年会や家族旅 行などの需要もあったが、前月後半からは平日の宿泊 が激減している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・来客数、売上高共に激減している。
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	・前年末頃から大きな落ち込みがなく、受注量が安定 してきている。
		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、受注量がやや増加してきて いることに加え、為替相場の戻りにより、輸出環境が 改善してきている。
		広告業協会（役員）	それ以外	・新聞、テレビ、ラジオなどのマスメディア、チラシ 折込などは回復基調にあるが、交通広告などはまだ苦 戦が続いている。地元では不動産関係が大型物件を販 売し始めたことにより、中型物件を持つマンション開 発業者も出稿を増やしてきている。また求人広告が復 興関係の人手不足により活況である。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次状況、決算状況から判断する と、建設関係や小売業の業績の伸びが目立っている。 反面、情報関係、サービス業関係はさほど改善してい ない。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・復興関連でコピーサービスの需要が増えており、民 間の中小企業の受注量がこのところ安定してきてい る。来客数も同様に増えている。
		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	・受注量、販売量及び各金額のいずれも前年比約5% の伸びとなっている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・住宅関係においては、東日本大震災後の被災地にお ける住宅着工需要が顕著になってきている。防災に関 する市町村の土地利用計画を待たず、津波被害のな かった地域に土地を求めて建築するケースが増えてい る。
	変わらない	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・農産物価格の低下傾向は相変わらず続いているもの の、戸別所得補償制度による助成金で、ある程度補完 できている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年とほとんど変わらないが、うるう年で1 日多い分、売上増が見込める。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体で商品の動きが鈍く、新製品の発売が活発 である。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需給バランスが整わず低価格競争が続い ており、収益は悪くなっている。

	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	取引先の様子	・印刷業としては仕事量はそれほど変わっていない が、取引先に近隣地域の他社から営業攻勢がかかって おり、価格競争が起こっている。
	土石製品製造販 売（従業員）	受注量や販売量 の動き	・最近の経済情勢はなかなか先が見えず、景気が少し 回復したかと思えば、またすぐに悪化するというよう に安定しない状況が続いている。そのため、周囲の様 子も景気が目に見えて良くなっているとはいえない。
	電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・短期的には復興景気で受注が増えているところが多 い。
	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	・大口の製品価格がいまだ回復せず、円高の影響も続 き、業績の回復する見通しが立たない状況が続いてい る。
	建設業（従業 員）	競争相手の様子	・震災復興工事に加え、除染作業前の事前調査業務案 件が多数発注されている。
	建設業（企画担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・官庁工事の急激な発注増加により、労賃や材料等の 値上がりの懸念が出てきている。
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・一部の大口顧客からの引き合いがあり、これまでの マイナス分を取り戻す勢いである。
	金融業（営業担 当）	取引先の様子	・歴史的な円高や電子部品の受注低迷を背景に工場の 閉鎖や業務委託契約の解除などの影響が出ている。
	金融業（広報担 当）	取引先の様子	・欧州経済の動向や為替動向の方向性が不安定であ り、生産活動においては一進一退の動きが見られる。 また、大型小売店販売も同様である。反面、自動車販 売では前年の反動増も見られるが、総体的には上向き の判断には至らない。
	広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・前年には無かった震災記録のような案件が年度末に 向け発注されているなど、行政関係の動きが多少ある ものの、逆に無くなった案件も少なくない。
	新聞販売店〔広 告〕（店主）	それ以外	・復興市場が何か所か出来ているが、飲食店以外は目 立った人の動きがない。消費者の側にも事業者の側 にも景気の良さなどは見られない。
	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	・駅前や繁華街における飲食店の好調は依然継続して おり、地元銘柄の清酒については供給が追い付いてい ないほどである。
	その他企業〔工 場施設管理〕 （従業員）	取引先の様子	・取引先の納品量や納品頻度も3か月前と変わってい ない。
	金属工業協同組 合（職員）	受注量や販売量 の動き	・受注単価などは相変わらず厳しい。
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	・ももとりんごの販売価格は、東京電力福島第一原子 力発電所事故の風評被害により例年の3割程度であつ た。賠償金はもらえたものの、農業所得と合わせて も、収入は例年の8割程度となっている。
	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・雪の影響もあるのか、人の動きも悪く売上が落ちて いる。観光のシーズンでもないので余計に悪い。
	繊維工業（経営 者）	取引先の様子	・予想以上の厳しい寒さにより、季節商材の売行きが 停滞している。
	出版・印刷・同 関連産業（経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・印刷の仕事は3か月前と同様に前年比20%減とな っており、それを印刷以外の仕事でカバーしている状態 である。
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・年度末を控え、少しずつ工事の引き合いがきている ものの、小口が中心である。
	輸送業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・災害復旧にめどがついて、希望が持てる状況にな ってきたと思っていたが、一部荷主が円高の影響を受け ており、生産が計画通りにいかないのではないかと の不安要素が出てきている。
悪く なっている	-	-	-
雇用 関連	良く なっている	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子
	やや良く なっている	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子
		人材派遣会社 （社員）	それ以外
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き
			・広告出稿に関して、住宅や車両、観光旅行など限ら れた業種では、明らかなプラスの動きがみられる。
			・原子力発電関連企業からの大口の事務派遣が新規受 注としてある。また、原子力損害賠償支援機構からの 受託も堅調である。
			・市内中心部にも職人や作業員の姿が目につくよう になり、顧客も復旧という言葉から復興という言葉を使 うようになってきた。同時に建設業や設備関連業での 景気が盛り上がり、人手不足の声は引きも切ら ない。
			・建築業や飲食店を中心に人が足りない状況になっ ているが、先月よりもその傾向が強まっている。

	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・仕事自体は確実に増えているが、例年と比べるとそれほど大きくは伸びていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年並みの推移であるが、地元企業の募集が流通を中心に少しずつ増えてきている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・引き続き新規求人数は前年同月比で上回っている。有効求人倍率も前年同月を上回っている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2か月連続で増加し、有効求人倍率も0.89まで改善している。また、新規学卒者の求人も前年同月比で増加に転じている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人については増加傾向が続いている。また、年末から年明けにかけて消費が拡大し、全体的に好転しているように見える。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人の増加傾向は続いており、有効求人倍率も上昇している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は相変わらず多いが、推移としては落ち込んできている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・雇用意欲も業種によるばらつきが顕著である。エコカー補助金制度が復活した自動車ディーラーは好況を背景に採用計画もあるが、円高で打撃を受けている製造業は雇用意欲がない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増えているが、新規求職者も増えてきている。
	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、10か月連続で増加となっている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新規学卒者の募集求人は増加しているものの、大手製造企業で雇用調整の動きがある。
	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一進一退が続いており、有効求人倍率も目立った改善がみられない。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-