

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	一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に上昇傾向にある。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年の震災による各種イベント等の休止、中止による購買動機消失の反動か、祝い事の需要や、旅行関連、外出着など、前年半分まで落ちたカテゴリーの回復が全体を大きく押し上げている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・フレッシュマンの客が例年以上に多く、単価も増加している。また、4月から部署替えや転勤など異動が決まった人も多く訪れており、来客数及び売上が大幅に伸びている。
		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・前年に中止となった企業、団体から旅行申込があり、販売量は2年前を上回る水準まで回復している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の建て替えや工場の増築及び建て替えなど、震災に関連した仕事が続いている。また、今まで取引したことのない所や何年も取引していない所から仕事の依頼が入ってきている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候は不順であったものの、思いのほか好調である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・販売単価、販売量共に上向きとなっている。特に衣料品や小物関係、文具が好調である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前年は東日本大震災の影響で3～5月に来客数の落ち込みが大きく、客単価も落ちたため、前年比では増加している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・2月のやや悪くなっている状態は脱した感がある。例年より天候の回復は遅いものの、最近消費者が時節の催し物に反応するようになっており、売上、来客数共に前年比プラスとなっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・健康上の相談を受け、客とまとまった時間会話する機会が増えてきている。震災以前の普通の生活に戻りつつある。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災があったため前年との比較は困難である。2年前との比較では催事、セールを除いても2けた近い売上増があり、景気の好調さは続いている。前半は気温が低く春物の動きが鈍かったが、後半は気温も上がり動きが出てきている。物産展は相変わらず好調である。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・震災後の復興資金の浸透により、販売量もやや良くなっている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年は震災のあった月なので比較にならないが、2年前との比較では来客数が多少プラスになっている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年は震災の影響で、営業できない店舗と震災特需のあった店舗があり、前年との比較はできない。2年前や実数値の推移と比較する限り、1品平均単価はほとんど変わらないものの、来客数の伸びは良くなっている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・客単価が上向きの傾向にある。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・売上は2年前と比較して120%と好調を維持している。来客数や買上点数よりも、客単価の伸びが著しい。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	道路工事や家屋の補修など復興関連事業に従事している人たちによる購入や、高齢者が昼食用等に購入しているため、米飯やパスタ、ベーカリーの販売量が伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・全体的に売上が良くなっている。特に米飯主食系商品の動きが良い。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・低温で推移しているが、震災の影響で東北への人の流入が増えており、2年前との比較でも来客数は2けた以上伸びている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・復興需要は依然として続いている。また、客の会話からは電力会社からの賠償金をあてにしている様子が見え、購買意欲もみられる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金制度の効果で販売が上向いている。回復している生産状況も安定しており、年度末需要に対応できている。		

乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・年間最大の需要期であることに加え、新型軽自動車の売行きが好調である。また、エコカー補助金制度の効果が現れている。	
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・エコカー補助金と現行のエコカー減税終了の影響で、かなり好調となっている。	
乗用車販売店 (店長)	それ以外	・現行のエコカー減税終了前の駆け込み需要とエコカー補助金制度の復活により、好調である。	
乗用車販売店 (店長)	お客様の様子	・原油高懸念を背景に、ハイブリッド車を含むエコカーが多く商談されている。	
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・住宅建築がまだ進んでいるので、それに伴い売上が良くなっている。	
その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・県が行う放射性物質検査の安全性が浸透してきているためか、多少ではあるが良い方向に作用している。	
その他専門店 [白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・年度末ということで予算消化等もあり忙しくなっている。ただし、例年に比べると新入社員の数が少ないようで、制服の追加が少ない。	
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・震災の復興需要により、販売量が伸びている。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・多少は忙しい日もあり、徐々にではあるが上向いてきている実感がある。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・良い状態が続いている。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・地元の歓送迎会と県外からの復興支援の客の利用により、来客数は前年比約10%増となっている。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・震災復興特需が続いており、個人利用の宿泊やレストランの売上も順調であり、法人利用の一般宴会も2か月先まで前年の売上を上回る予約状況となっている。	
通信会社(営業担当)	来客数の動き	・入学シーズンを前に財布のひもも緩んでいるようで、携帯電話の契約数も通常月の20%増となっている。来客数も多くなっている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・家電量販店や建設業など一部業種では景気が上向いているが、他の業種は冷え込んでいる。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・業界としては繁忙期である。	
テーマパーク (職員)	お客様の様子	・復興支援ムードの高まりにより、復興ツアーの団体客が増加している。また、被災地にお金を落とそうということで、商品購入の際も被災地産のものを探して購入している様子が見られる。	
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・震災特需は続いているが、全体的な景気は良いか悪いか判断できない。
一般小売店 [酒](経営者)	単価の動き	・異動の時期でもあり、高価な酒の売行きが良い。	
一般小売店[スポーツ用品] (経営者)	来客数の動き	・大雪の影響か客足が鈍くなっており、単価も下がっている。	
一般小売店[医薬品] (経営者)	販売量の動き	・地震があった前年とは売上の比較はできない。天候不順により客足がなかなか伸びず、買上点数も少なめではあるものの、全体的にはそう悪いわけでもない。	
一般小売店[雑貨] (経営者)	お客様の様子	・商品を目的買いする傾向がみられる。	
一般小売店[カメラ] (店長)	販売量の動き	・新製品の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	・前年の異動シーズンに震災があったため、今年にまとめた形での異動の動きがあり、それに伴う記念品、饞別、返礼などのギフト需要が多いのと、卒業、入学、就職、新生活準備などのオケージョン対応の動きだけが目立つ。寒さが抜けず、春物の購買行動は鈍い傾向にある。	
百貨店(総務担当)	お客様の様子	・後半の天候の回復とともに客が動き始めた。震災から1年が経ち、消費マインドの低下も懸念されたが、それほどでもなかった。	

百貨店（企画担当）	販売量の動き	・卒業や入学、ホワイトデー、返礼ギフトなど行事及びモチベーションニーズは活発に推移しているものの、低温が続く、春物衣料など自家需要アイテムの動向は厳しい。
百貨店（買付担当）	来客数の動き	・震災から1年が経ち、来客数を含めて前年を下回っている。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・単月では伸びを示しているが、景気そのものは3か月前とほぼ同様の状況である。アパレル部門がやや持ち直しているが、低温降雪の影響もあり、春物服飾雑貨等は厳しくなっている。ガソリン価格の上昇も、光熱費の上昇と相まって悪影響を及ぼしている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・前月の大雪による来客数減の反動で売上がプラスとなっている。気温が低い日はセール品の冬物コートが売れ、前月に伸び悩んだオケージョン需要も駆け込みでプラスとなっている。冬物、春物共に好調である。地震により来客数、売上の減少があった前年だけでなく、2年前もクリアしている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・前年の震災特需の影響で、一部の部門を除き、売上が最低を記録している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・前年の東日本大震災の影響が大きく出ている。被災地域では前年は営業していない店舗が多かったため、前年比2倍近い実績をあげている。一方、被災していない地域では、前年の特需の影響が大きく、前年比90%台で推移している。
スーパー（店長）	単価の動き	・販売量は3か月前と変わっていない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天気が不安定で気温も下がったままであり、客足は依然として鈍い。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて特別悪くなっている印象はないが、おにぎりやサンドイッチ等の実績は見込みよりも低い。気温によるものだけではなく、来客数が伸びていないことが大きい。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・海外への進出により国内産業が衰退する傾向にあり、雇用状況が悪化している。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・相変わらずの不景気のためか、寒さのためか、客足が鈍い。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年は震災により来客数が大幅に減少していたので、比較するのが難しい。
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・3か月前と比べて来客数、客単価、販売量等、特に変化はなく、景気の変動は感じられない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・販売量が少なく、高付加価値商品の需要も少ない。依然、景気は低迷している。
家電量販店（店長）	単価の動き	・家電製品すべてにおいて単価の落ち込みが加速しており、数量も伸びないため、売上の確保に苦戦している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー減税及びエコカー補助金制度の効果、新型車効果並びに、個人、法人共に復興需要の発生が重なり、前年3月の約2.5倍の販売となる見込みである。ただし、昨今のガソリン価格の高騰を受け、ハイブリッド車に受注が集中しており、納期の長期化が懸念されるところである。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前は季節商材に動きが見られたが、ここにきて足踏み状態となっている。前年の震災後に比べれば大分回復はしているが、まだ厳しい状態である。
その他専門店【パソコン】（経営者）	競争相手の様子	・競争相手の話では、年度末でもあり駆け込み受注があるなど、いつもより回転は良いようだが、利益の面では最悪のようである。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	単価の動き	・ここ半年、売上の低迷が続いている。販売数量の回復が思わしくないため、販売価格を下げてボリュームを出したいのだが、その分収益が低迷し、業績を押し下げている。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・復興特需が続いていることに加え、円高が抑制されてきたことから、景気は改善されてきている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・送別会シーズンでもあり週末は混み合っているがそれ以外はさっぱりで、景気が良いとはいえない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・歓送迎会や卒業式、新学期に向けての準備等で世の中が動いていたようだが、季節的な動きと捉えている。

観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年は震災直後であり、売上がほとんど無かったので比較にならないが、2年前の同期と比べると、低調なままで推移している。	
観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・2年前と比較しても特に目立った変化はない。しかし、単価が低下傾向にある厳しい状況は依然として変わらず、体力を振り絞っている状況である。	
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・県外からの客がほとんどであるが、宿泊及び宴会部門は堅調に推移しており、レストラン部門にもプラスに働いている。婚礼関係の動きはやや悪くなっている。	
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・雪解けとともに客の出足も良くなり、宴会件数も増えてきている。	
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・送別会シーズンであることもあり、宴会、レストランは高稼働している。それに伴い、宿泊も単価は低いものの稼働率は上がっている。ただし、期待された婚礼は、予定件数に届かず、1件当たりの人数も少ないため、予算には届いていない。	
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・震災復興関連の需要はあるものの、それ以外の需要が戻ってきていない。	
タクシー運転手	単価の動き	・復興支援に来ている人に利用してもらっているため乗客はいるものの、近距離客が多いので、思ったような売上にはなっていない。	
通信会社（営業担当）	それ以外	・常時雇用ではなく、短期雇用が多くみられる。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に特段の変化は見られない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の新規投資はいまだに無い。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談からは好況感がうかがえない。建築、土木関連以外の業種では復興特需はみられない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前年以上の人事異動があったため、消費者の加入動向も上向いている。消費者の購買意欲が強かった3か月前とほぼ同様の加入状況まで持ち直してきている。	
競艇場（職員）	販売量の動き	・売上は少しずつ低下している。	
美容室（経営者）	単価の動き	・単価は前年比20%減の状態が続いている。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・ガソリンや灯油の価格も上昇しており、客も節約しながら生活しているため、美容室に通う回数も減らしているようである。	
住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・完成内覧会における新規来場者数の割合がかなり低い。受注についても、新規客ではなく、既存管理客が時間をかけて契約に至っている。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・例年より天気が悪く、客足が遠い。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	競争相手の様子	・近隣のドラッグストアが東京の大手ドラッグストアに吸収され、商売をするものとしては、身の引き締まる思いがしている。
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年は震災があったので、前年比では非常に良い数字が出ているが、このところと比べると下降気味である。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・震災後、休業していた商圈内の大手ディスカウントスーパーが1年ぶりに営業を再開したが、激安ディスカウント業態に変更してのオープンとなったため、来客数、売上共に影響を受け、厳しい状況となっている。
	スーパー（販促担当）	単価の動き	・原油の高騰によるガソリンの値上がりで家計を圧迫し、食品の消費が抑えられている傾向がうかがえる。前年は災害があり比較はできないが、ここ数か月の単価は確実に下がっている。そのため、特売等のより一層の低価格で消費者は店舗を選択している。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年から続いていたたばこ増税の効果と震災後の来客数増加に一服感が出てきている。また、被災地以外では景気に明るい材料が無いことも影響し、販売量に伸びがみられない。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候の影響で、来客数、単価ともに落ち込んでいいる。特に春物の購買が落ち込んでいる。
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・今月に入りようやく春らしい気温で推移する日が出てきているが、前月までの冬の気候の影響もあり、春物の立ち上がりが例年と比べ2～3週間ずれ込んでいる。

		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・彼岸を過ぎても雪が降ったり気温も上がらず、来客数も少ない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・先月よりは良くなっているが、悪かった前年同期と比べると販売量が落ちている。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・大雪と寒い日が続いている影響で、来客数が非常に少なくなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・商売を持続させていくため、ばらで注文するなどの対策を講じる店も多い。あまりに我慢の時期が長すぎて耐えきれない店も出てきており、年度末という節目に閉店する店も少なくない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・初旬は気温が平年並みに戻り、来客数も増えたが、12日の大雪でまた冬に逆戻りした。雪は下旬まで残ったため、春物商材の動きが鈍くなっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・歓送迎会等も一段落し、本来の観光による集客も予約状況を含め悪くなっている。震災後、全体的に観光は二の次という雰囲気が漂っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・卒業、入学、就職に関連した季節特有的な行事はあるものの、震災があった前年と比較することはできない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量に勢いがなくなり、落ち着いてきたような様子が見受けられる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず、昼も夜も乗客が少ない。特に夜は本当に少ない。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・原油高が懸念される。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・ここ1、2週間の土日は、フリー客が若干減っている。自家用車の運転代行サービスの利用が減っており、ガソリン価格の上昇が影響し、自家用車で来る客が減っているのではないかとみている。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・ここ10数年見られなかった寒波と雪、週末の悪天候の影響で、震災前と比べても来客数が10%以上下回っている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・例年であれば、卒業、進学、入学、転勤など、慌ただしく動きがある月だが、ひっそりと静まりかえっている。
	悪くなっている	一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・例年ならば、暖くなる3月に入ると布団の作り直し等が増えるが、今年は寒さが長引いている影響が、客の反応が悪い。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・原油高に伴うガソリンの値上げ等により、客の買い回り傾向が弱くなっている。また、低価格志向が強まり、競合他社においてもデフレ価格がみられる。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競合店の出店が多く、当店への影響が大きくなっている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災から1年が経過し、地元の景気に悪い影響が出てきている。地元の仕事が無いため、事務所や営業所の閉鎖、県外への移動などが目立ってきている。来客数の減少に加え、消費者の生活防衛意識は一層高まっており、客単価も下がっている。
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（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災復興における特需的な利用があり、一部店舗では、夕方以降震災復興の応援で近辺のビジネスホテルに泊まっている人たちが飲食に訪れる姿が多く見られる。
		食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・小売店では以前に増して客が増えている。また、受注量も堅調に推移している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上が前年と比べ増加している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末で、短期的に受注が増加している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末ということもあり、従来どおりの受注売上にまで回復している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・円相場の落ち着きが下請型製造企業の採算性を好転させつつある。
	変わらない	農林水産業（従業員）	それ以外	・前年の農業収入は、東京電力福島第一原子力発電所事故の賠償金を含めても例年の8割程度であった。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は震災があったため比較のしようがないが、2年前との比較では、天気があまり良くなかった影響が良くない。

	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年は震災の仮需要で大幅に伸びた売上も、2年前並みに戻っている。	
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・震災の影響で住宅部材の需給バランスが崩れ、供給過剰から価格が下がり、収益が良くない。	
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・決算月でもあり、年度末の駆け込み工事が中心で、景気を左右するような工事の発注はない。	
	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、自動車メーカー各社が増産体制に入っており、受注量は増加傾向にある。加えて、為替相場がやや円安に動いたこともあり、経営環境も改善されてきている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・とりあえず、直近の受注は確保できているところが多い。	
	建設業（従業員）	競争相手の様子	・高速道路や海岸防潮堤、防波堤などの復興工事が継続的に発注されている状況である。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・一部顧客からの受注の増加傾向が続いている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・半導体大手の会社更生法の申請と大手電子部品メーカーの工場閉鎖による影響が出ている。	
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・大雪の影響で、一部除雪関連用品に売上増加の動きが見られたものの、生産活動や住宅投資では一進一退の動きが続いている。	
	広告業協会（役員）	取引先の様子	・新聞広告については、求人は好調だが地元企業からの出稿は依然として低調である。テレビ広告については、スポットは季節要因もあり好調だがタイムは落ち込んだままである。チラシ広告は遊技場関係が積極的に折り込み、震災前まで回復してきている。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年度の特需的な予算消化は終わり、新年度を前にして発注控えがあるようである。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・商業活動や消費活動の指標になる折込チラシだが、予想外に入ることがある一方、急に少なくなることもあるなど、まだまだ安定しているとはいえない。	
	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、同じ建設関係でも業績好調な会社とまだまだ受注が低迷している会社があり、全体的な底上げには至っていない。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災以降、官公庁の購買意欲が低下しているため、大口の受注が少なく、その分が業績に響いている。	
	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	・依然として、復興の拠点となる都市部や内陸部においては、飲食店向けの出荷が好調である。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・津波による被災者の新築受注が顕在化している。近隣の市町に移転しても、新築を希望する施主が増えている。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・取引先の様子を見ても、受注量や納品量は変わらず、景気は3か月前と変わっていない。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業員）	取引先の様子	・取引先からの売掛金の入金が遅れている。	
	繊維工業（経営者）	それ以外	・東京電力福島第一原子力発電所の問題は長期化が予想される。また、円高、製造業の衰退、原油の値上がりなど景気が良くなる明るい材料が無い。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・経営状態が悪化し、非常に厳しい状況に陥っている。	
	建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注した震災復興工事の労賃や材料費等のアップが損益見通しに影響してきている。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・燃油の高騰、値下げの要請、物量の減少など厳しい状況にある。	
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	・地域のスーパーの状況を見ると、受注は低価格の商品に集中しており、量的にも以前よりは少なくなっている。	
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）	採用者数の動き	・前月の売上が今期前年同月比最高の128%増を計上し、年末の大方の予想よりも好転した。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・季節需要が各業界で強く出ており、予測通りの繁忙が訪れている。人材へのニーズもそれに伴った動きが見られる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・製造の請負やアウトソーシングをしている会社のほか、イベント会社からの求人がきている。

	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・復興関連の仕事が増えてきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数の前年比増は続いている。しかも、地元の募集が増えつつある。ただし、基幹の地元製造業及び流通業はほとんど見られず、地元が良くなっているとはいえない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・企業の広告活動が多少活発になっている。消費者のレスポンスが上向き傾向との声が聞かれる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年度末ということもあるが、広告出稿が活発で予想を上回っている。県南地区の国産車ディーラーでは単月で新車40数台、中古車10数台という驚きの売上状況の報告もあった。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は引き続き前年同期比で増加しており、有効求人倍率も6か月連続で上昇している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が震災とは別の要因で増加していることに加え、求人者の求人意欲が上向きになっている様子がうかがえる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は引き続き増加基調であり、有効求人倍率も0.93まで改善している。また、平成24年3月新卒者向けの求人も前年同期比で増加に転じている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向が続いており、有効求人倍率も上昇を続けている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人件数は前年比での伸長率が横ばいになってきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・本県は復興需要の恩恵を受けていない。求人広告の申込は、震災後の前年同時期との比較でも増えていない。
	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、11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	・新規学卒者向けの求人数は前年度並みであるものの、他の求人数は減少傾向にある。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は一進一退が続いており、求職者数の減少は続いているものの、有効求人倍率は低迷している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・特に状況が好転したり悪化したりといった様子はみられず、変わらない。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-