

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人 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	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・増えてきている物件数がそのまま増え続けていくのかどうかは全く読めないが、今は誰に話を聞いても忙しいといっている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・大型店では高額・宝飾品の動きも出てきており、景況良との声を聞くが、商店街全体としてはやっと2年前の状況に戻ってきたかという程度である。ただ、客の購買状況は購入単価、数量共に徐々にではあるが良くなってきているようである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・震災の影響も薄れてきており、各種イベントの開催による集客ができてきている。少しずつ売上が回復している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・4月から地元を中心に大型観光キャンペーンが目白押しで、観光客の入込はもとより、地元の消費もやや上向いている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・特に気が付いた点はない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・前年とは比較できないが、2年前との比較では多少良くなっている。通常お勧めしている滋養強壮剤などの売行きも良い。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・客単価は横ばいだが、来客数はわずかながら増えており、2か月連続での増加となっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・打ち直しの注文がぼつぼつと出てきており、客が寝具に目を向ける機会が増えてきている。
		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り、販売量、売上共に上向きで推移している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前の1月は、積雪の影響で防寒商品が好調だったが、2月は大雪で来客数も大きな打撃を受け、前年、予算共にクリアできなかった。今月に関しては、前年の震災時の反動から、前年3、4月に買物を控えていた方の買換えや、シーズン前のまとめ買いが増えているようにうかがえる。前半は、オケーションニーズをつかみスーツなどが好調に推移し、後半は気温が上がったことでブラウスやパンツといったコーディネートアイテムの動きがけん引しており、前年比では105%の伸びを見せている。
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・前年の自粛の反動か、食品以外の客数が上昇し、必需品ではなくデザインを重視したファッション感度の良い商品が動いている。緩やかではあるが支出への余裕が幅広い層に浸透してきている状況がうかがえる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年は震災の影響があったため、単純比較できない。2年前との比較では、販促策の違いなどを考慮しても、来客数、客単価、買上点数共に改善している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比98%とマイナス2%だった。近隣の競合他店が改装のため休業し、売上が大幅に伸びた前年と比較すると、今年は堅調に推移しており、季節的要因はあるものの、来客数は1月以降、着実に伸びている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・電力会社から1人当たり最低8万円の賠償金が住民に支給されることと、震災復興に向け建設関係に動きが出ていることから、3か月前よりは良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温の上昇とともに来客数が大幅に増加している。特に週末に大きく跳ね上がっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・寒さが和らいで暖かくなってきたためか、修理の客が足を運ぶようになっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・来客数は引き続き増加し、新車の受注、販売共に、前年及び2年前を大きく上回っている。その要因は、エコカー補助金の駆け込み需要と新型車の発売効果で押し上げられたことによる。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・雪解けと比例するように消費者に余裕が出てきている。価格は安く、品質は良いものを求める消費者の傾向は更に強まっているが、購買意欲も高まっている。また、飲食店も予約での宴会が増加傾向にある。ただし、集客の良い店と悪い店の差が激しくなっている。		
その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・初旬は気温が上がらず春物商品が苦戦した。中旬以降は気温の上昇とともに回復基調となっている。しかし、盛り上がりには欠けている。		

その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（営 業担当）	販売量の動き	・新年度の追加、又は新入社員、新入学生用の制服の受注で忙しくなっている。しかし、競争が激しく利益確保は一段と厳しい状況である。また、全体的に就職者が少ない傾向にあるため、追加発注も少ない。
その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕（営業担 当）	お客様の様子	・客単価が上がっている。
一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・震災後の復興特需による建設関係や、製菓会社の営業担当に忙しさがうかがえる。
観光型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・少しずつではあるが、リピーターが戻ってきている。
都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・年明け以降、一般宴会から撤退した施設があり、これまでそこを利用していた客が駅前のホテルに流れてきている。かなり大きな規模の施設だったので、その恩恵にあずかる状況が続いている。
都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・震災復興に関する宿泊、レストラン、企業団体による利用はいずれも好調を維持している。来月まで先行予約が順調に入っている。
旅行代理店（店 長）	販売量の動き	・3月18日ごろから開始された電力会社からの賠償金の振込も、4月下旬現在、大分進んでいる。そのため、海外旅行を中心に、旅行の申込が2年前と比べても特段に多い状況である。
通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・業種により異なるが、3か月前よりも景気は上向きの傾向がみられる。特に自動車、スーパーマーケットが良いようである。
通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・新年度が始まり、新生活のための準備などで客の消費が活性化したため、新規加入者も若干増えてきている。
その他サービス 〔自動車整備 業〕（経営者）	来客数の動き	・やっとな暖かくなってきて、来客数や販売量は前月までの冷え冷えした状況から改善されてきている。
住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・不動産、戸建て住宅、RC造賃貸マンション等、購入に向けて前向きな顧客が非常に多くなり、確実に受注につながってきている。
変わらない	商店街（代表 者）	競争相手の様子 ・どの業種も良くなっているというわけではなく、駄目な業種、業態は駄目である。伸びそうな部分、駄目になっていく部分は今こそ転換をする必要がある。
	一般小売店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き ・売上は、前月は良かったが、今月は例年どおり下がっている。
	一般小売店〔ス ポーツ用品〕 （経営者）	来客数の動き ・やっとな桜が開花し春めいてはきているが、来客数は減っている。郊外店が運営している市内循環バスが当店の前で止まるが、土日は満杯で乗り切れないこともある。郊外店に客が流れていることを実感している。
	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	お客様の様子 ・飲食業の内容によって客の混み具合は違うようである。居酒屋は金曜、土曜は非常に混んでいるようだが、普通のバーは客が全く来ない日が続いているとのことである。
	百貨店（売場主 任）	お客様の様子 ・天候や店内催事により、来客数及び売上にむらがあったものの、自家需要を中心に買物を楽しんでいる様子がうかがえる。
	百貨店（企画担 当）	販売量の動き ・販売量の多いインポートブランド商品が引き続き堅調に推移している。
	百貨店（営業担 当）	販売量の動き ・震災の影響で本格的な営業ができなかった前年との比較は難しいが、前年に震災特需で売上を伸ばした生鮮食品やリビング用品の一部で前年の数字を割る日も出てきているものの、概ね好調である。なお、2年前との比較では3か月前と比べ数字は落ちておらず、好調を維持している。
	百貨店（買付担 当）	来客数の動き ・復興需要が鈍化傾向にあり、沿岸地区の客の来店数が減少している。
	百貨店（経営 者）	お客様の様子 ・3か月前と同様に、先行きに対する不安感から買い控えをする心理がまだ強いようである。
	スーパー（経営 者）	単価の動き ・前年は震災の影響で供給不足があった。一方で特売も無く、価格競争が無かった。今年は供給に問題はないが、価格競争が激しく単価が低下している。
	スーパー（経営 者）	単価の動き ・1品単価はほぼ前年並みだが、来客数の伸びは鈍化している。買上点数も賞味期限がある程度長い即食系の菓子や缶詰等が低迷している。全体としては落ち着いてきている。

スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数と売上の状況から、3か月前とは変わらない。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・買上点数、1品単価、買上率のいずれも前年を下回っている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・震災特需も落ち着き始め、販売量の動きも以前のような状態にもどっている。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・主婦や高齢者の消費は堅調である。米飯、パスタ等の麺類は前年より伸長している。気温の上昇に伴い、ソフトドリンクや冷やし麺も好調である。来客数は3か月前と比べて横ばい状態だが、客単価は若干アップしている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店出店から1年が経ち、落ち着いてきている。来客数はほぼ予定通りの推移となっている。来客数は前年を割り、客単価は前年を超える傾向が続いている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・大きな変化はない。前半は気温が低かったこともあって来客数は伸び悩んだが、客単価は、季節変動を考慮すれば、良くも悪くもなっていない。現状は復興需要が続いているため、本来の景気が良いか悪いかの判断が難しい。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・企画商品やプライベートブランド商品の販売に限ってみると販売量は計画通りに維持できているが、来客数は横ばい傾向である。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・気温の上昇に伴って、出遅れていた春物購入の来客が増え、売上も上がってきている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・単価が極端に安くなり利益が出なくなりつつある。今後は仕入先の見直しや海外からの直接取引等も視野に入れてやらなくてはならない状況である。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・例年よりも気温が低かったため、約2週間ずれ込んだ春物は順調に売れているものの、半袖商品の立ち上がりが遅れている。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・早めにセールを仕掛けているが、来客数が伸びている分、前年と比較しても客単価は低い。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・依然景気は低迷している。客も必要な商品のみ購入している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金復活から販売は上向いているが、新年度に入って減税基準が変わったことにより足踏み状態になっている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・前年比で上回ったのは震災の月の3月のみで、売上が回復していない。
住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月に入り、人の動きがある程度落ち着いてきている。店舗リニューアルのため売り尽くしセールを開催しているが、高額商品がなかなか処分できず、商品の店頭在庫が思ったように減らない。3か月前とあまり変わらない状況である。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・依然、持ち直しの傾向が続いている。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・ここ数週間の仕入れ価格の高騰により販売価格が高止まりしている影響から、消費量の減退が続いている。価格上昇が理由のため、一時的な動きではないので影響が大きい。また、販売量の減少が逆に販売価格を押し下げて販売を伸ばそうという動きも出ており、収益悪化に歯止めがかからない状況が続いている。
高級レストラン（経営者）	それ以外	・上向いているようでも、下向いているようでもない。様子見のような状態が続いているが、その雰囲気は社会全般にあるのではないか。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・初旬まで見られた人の動きがだんだん鈍くなってきている。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べ、良くも悪くもなっていない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前月はやや持ち直しの動きがみられたが、今月は低調な日々が続いている。ゴールデンウィーク前の出し渋りもあるのか、消費者の財布のひもは固いようである。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、景気を左右する爆発的な出来事が無い。新しいシーズンの慌ただしい動きも落ち着いてきており、連休前の静かな動きがみえるようになってきている。

観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・いわゆる絆需要も落ち着き、東北への観光旅行は全体的にかなり減っている。前年の同時期は、工事や復興関係者などの入込で売上は多かったが、地元の客も沿岸部はもちろん、県内全体の経済的状況は悪く、今年は観光旅行が激減している。	
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・歓迎会に関しては、前年とは比較にならないが、2年前の来客数とほぼ同様である。宿泊に関しては、ゴールデンウィークにかかることもあり心配していたが、放射能の影響も思ったよりもなく、前年ほどの動きはないにしても、全体的には何とか盛り返ってきている。地元客が訪れる料飲関係については、3か月前と変わらない。	
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・レストランは、大雪により客足が鈍化した3か月前に比べ、季節の変化とともに足元も良くなり、年配客を中心に客足が戻ってきている。	
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行を中心に動きが活発である。団体旅行については、例年と比べて動きが鈍い。	
タクシー運転手	お客様の様子	・繁華街で客を乗せると、人が溢れているといわれるが、復興関係者の流入によるもので、そういう人たちがいなくなったときが大変である。	
タクシー運転手	来客数の動き	・季節的に歓送迎会や花見の客を見込んでいたもの思ったほどではなく、期待はずれである。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・雇用が増えていない。また、企業投資も増えていない状況である。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・自動車製造に回復の動きが見られるが、全体的にみると景気が上向いている様子はいかたがえない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・設備投資意欲に関して、一部企業で前向き感が出てきているが、全体ではまだ低い状況には変わりはなくない。	
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・客との商談からは好況感はいかたがえない。建築や自動車関連業では復興特需の話も聞こえるが、その他の業種はあまり実感することができない。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・全国的に見て、県内の販売量が低下している。	
観光名所（職員）	販売量の動き	・客の入込状況は前年とさほど変わらないが、販売量は若干落ちている。	
観光名所（職員）	来客数の動き	・今のところ春が遅く、まだ客の動きが見えていない。	
遊園地（経営者）	来客数の動き	・震災前と比べて学校、団体の戻りはまだまだだが、一般客は下旬まで低温が続いたにもかかわらず堅調に推移している。	
美容室（経営者）	単価の動き	・単価は全然上がっていない。来客数及び売上は震災のあった前年に比べれば増えているが、2年前との比較では減少している。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・客は中央資本の大型店やフランチャイズに集中しており、小売店は見放されている。
	百貨店（総務担当）	競争相手の様子	・前年は震災を受け、客が県内にとどまったり、来県するケースが見られたが、今年は旅行などといった形で県外へ人が出ていく傾向にある。
	スーパー（店長）	競争相手の様子	・震災復興特需も終わり、競合店におけるチラシ等の価格訴求が強化され、来客数、買上点数、1品単価共に減少傾向が続いており、非常に厳しい状況になっている。
	スーパー（販促担当）	単価の動き	・震災バブルがあった前年の数値とは比較できないが、3か月前と比較しても1点単価、買上点数共に下がっている。周りの競合店のチラシ価格も全体的に下がってきており、集客への価格競争が一段と激しくなっている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全体の売上の前年比は良いものの、たばこが良いだけで、主力の米飯等のファーストフードは上向いていない。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・震災から1年経過し、前年に比べ礼服を買い求める客が激減している。スーツの動きは比較的堅調だが、礼服については前年の特需による反動がみられる。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・寒い日が続く、なかなか春らしくならず、来客数も少ない。
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・レジャー用品、ゴルフ用品の売上が良くない。

	家電量販店 (店長)	来客数の動き	・白物家電といわれている冷蔵庫や洗濯機、その他調理器具関係は順調である。しかしながら、アナログ放送が終了し、前月まで売れていた地上デジタル放送対応テレビやチューナーの需要が一段落したため、来客数が急激に減少している。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・3月の需要期が終わり、市場が一旦落ち着いた感がある。
	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・エコカー補助金が続いている反面、エコカー減税の対象車種が大幅に減った影響から、販売量が大幅に落ち込んでいる。
	乗用車販売店 (店長)	お客様の様子	・エコカー補助金がプラスされただけでは商品力として弱い。
	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・依然としてハイブリッド車は客の高い関心を維持している。反面、既存の車はエコカー減税の減税額が目減りした車種が多く、販売量がかなり落ち込んでいる。
	その他専門店 [パソコン] (経営者)	お客様の様子	・現状、客の購買意欲は通常の3割程度に低下してきている。
	その他専門店 [酒] (営業担当)	来客数の動き	・後半は落ち着いているが、地元飲食店の来客数は明らかに悪く、2年前と比べても深刻な状態である。ある程度の予想はしていたが、地元だけでは商売にならず、事務所の移転や撤退、店を閉じるところが目につくようになってきている。
	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	販売量の動き	・3か月前と比べ、前年比の売上高は低下傾向にある。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ローシーズンであることに加え、県内外の震災復興支援客も大分静かになり、平日はもちろん、週末も空室の出る状態である。ただし、福祉関係の客が多少目につく。
	観光型旅館 (スタッフ)	競争相手の様子	・同業他社の価格戦略により、地域の商品単価が下落している。現状、集客は順調だが、単価下落により売れば売るほど苦しくなる状況となっている。会社も売上は増加しているが利益につながらず、労働者の給与等に反映させることができない。むしろサービス残業など労働条件が過酷になっているため、労働意欲が低下している。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・震災があった前年は比較対象にはならないが、依然として動きに力強さは感じられず、大変厳しい状況が続いている。消費者マインドは冷え込んでおり、業種格差も更に拡大している。ホテルに対する敷居の高さも見受けられる。
	タクシー運転手	単価の動き	・月を追うごとに、乗り控えが目立ってきている。
	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・復興支援を目的とした客は購買意欲が高いが、高速道路無料措置の終了により、来客数が減少している。特に、高速道路完全無料の東北地域からの客が大幅に減少している。
悪くなっている	スーパー (経営者)	単価の動き	・デフレは止まらず、大手を始め安売り合戦の状況になりつつある。さらに、可処分所得の減少により、消費者も安い商品を求める傾向にある。
	家電量販店 (店長)	来客数の動き	・現状、家電業界には目新しい注目商品がなく、来客数の減少を日々感じている。
	自動車部品販売店 (経営者)	お客様の様子	・エコカー補助金制度の影響により、市場から過度に中古車及び車検継続車が無くなっており、車検整備台数及び補修に入る車が激減している。繁忙期のはずではあるが、エコカー減税対象車の購入時から3年を経過していない車検市場は悪い。前年の数字を更に下回っている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数、売上共に落ちてきている。桜の開花も遅かったせいか花見客が少ないことや、送別会とゴールデンウィークの間で、控えているというのがその要因ではないかとみている。
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

	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・復興特需に関連した仕事の依頼が増えている。
	出版・印刷・同 関連産業（経理 担当）	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比較すると、受注の残高が約10%増加している。
	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・客の自然災害への意識が高まり、建物改修工事が増加している。
	広告業協会（役 員）	それ以外	・住宅、自動車販売、百貨店、スーパー、DIY店等が広告出稿を増やしてきている。復興特需がここにきて広告業界にも及んできている。
変わらない	農林水産業（従 業者）	それ以外	・前年の果物農家の収入は東京電力福島第一原子力発電所事故の賠償金はもらったものの、例年の7、8割程度であった。また、地元旅館も活気があるのは土日だけであり、仕事もあまり無いとの声がこの従業員から聞かれる。
	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・震災があった前年の数字とは比較しようがない。2年前との比較では良くない。
	繊維工業（経営 者）	それ以外	・春の暖かさが例年よりやや遅くなっており、季節商材の動きがやや鈍っているようである。
	木材木製品製造 業（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・住宅部材は需給のバランスが悪く、低価格により採算性が非常に悪い。
	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、為替相場の水準訂正と自動車メーカー各社の増産等により堅調に推移しているものの、スモールカー中心のため付加価値が減少している。
	建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・復興関連工事の発注が継続している一方、労務単価や資機材単価の高騰も解消しておらず、状況は横ばいである。
	建設業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・年末から年度末にかけて多くの発注があった影響か、ここにきて一服感があり、受注量も横ばい状態が続いている。
	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・震災から1年が経過し、復旧復興のめどがついてきており、明るさを取り戻しつつあるが、もう少し様子を見たいという状況である。
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・新規案件の増加傾向は前年に比べ明らかに落ち込んでいるが、それをばん回する大口案件があるため現状維持でとどまっている。
	金融業（営業担 当）	取引先の様子	・管内企業の売上は横ばいか減少傾向で、経費削減によりやりくりしている様子がうかがえる。
	金融業（広報担 当）	取引先の様子	・大雪の影響で春物商戦の出遅れが見られるが、公共工事の下げ止まりの動きや、自動車販売での増勢等もあり、総体的には横ばいと判断する。
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・季節が春になり消費マインドは高まりつつあるが、選択消費の傾向は強く、消費財関連企業の業績はまだら模様である。
	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て、ここ2～3か月はある程度の水準を保って、景気は横ばいである。建設、小売は好調であるが、それ以外は足踏み状態である。
	コピーサービス 業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・4月に入り、受注量が激減している。民間企業は国の予算の執行度合の様子見をしているというのが現状である。
	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	・復興関連事業者などによる都市部ホテルや飲食店の利用により、依然として好調な出荷が続いている。
	その他企業〔企 画業〕（経営 者）	取引先の様子	・潜在的な需要はあるが、震災復興関連では建設地確保が難航しているため、住宅会社の受注は一段落している。
その他企業〔工 場施設管理〕 （従業員）	取引先の様子	・仕事の忙しさや、取引先業者の出入りや納品量は3か月前と変わらない。	
やや悪く なっている	農林水産業（従 業者）	それ以外	・大雪による融雪の遅れが農作業に影響している。
	食料品製造業 （総務担当）	受注量や販売量 の動き	・季節による影響はあるが、今年に入って比較的順調だったその反動か、受注量が鈍くなってきている。
	電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・復興景気が落ち着いてきている。復興プランがまだ動き出していないという狭間の状況の感がある。

	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・会社の経営状態が悪化し厳しい状況が続いている。最大の要因は円高、タイの洪水によるPC関連の需要縮小である。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・特需的な案件が3月末を機に激減している。売上は前年とは比較できないが、2年前との比較では2割ほど低くなっている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大、中、小の容量のものがある商品は、景気の良いときは大が売れるが、現在は中と小の商品が非常に多く出ている。また、価格は低下している。	
	悪くなっている	通信業（営業担当）	それ以外 ・当地域は震災からまだ立ち直っていない。	
雇用 関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外 ・車を購入したり、不動産を購入したりする人も目立っており、地元百貨店などでも軒並み売上がアップしている。市内のアパレルテナントも総じて売上が上がっており、店舗賃料の管理や販売指導を兼ねたテナント営業人材の需要が出るなど、盛り上がりを見せている。	
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・従来の建設業、飲食業の求人に加えて、物流やスーパー、小売の各企業の求人が増えている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・仕事の受注量が増加している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・大手飲食店グループや大手流通を中心に求人が増えている。ただし、正社員の雇用ではなく、しかも地元企業ではないので、本当の意味での景気回復とはいえない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年比6割増で、ほぼ2年前の水準に戻っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は10か月連続で前年同月比を上回っている。一方、新規求職者数は27か月連続で減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は大幅に増加しており、有効求人倍率も上昇傾向が続いている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・被災エリアにおける雇用調整等の状況は一服感がみられる。しかしながら、被災企業の再開の状況、求人の動向については、特にこれといった材料は見当たらない。
		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30%増加している。ここ2年間で最高の求人数である。新規求職者数は5か月連続で減少が続いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年度末からさまざまな職種の引き合いと注文が増加しているなかで、専門職に応募する求職者が増えないこともあり、全体の登録者は伸び悩んでおり、失注するケースが続出している。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		周辺企業の様子	・将来の業績回復が予測できないためか、ほとんどの業種で正規雇用を極力抑えているようである。求人があっても、パートやアルバイトの形態が多い。	
職業安定所（職員）		周辺企業の様子	・求人数は変わらないものの、製造業の一部で円高に対応するための組織再編が行われ、下請会社との契約解除が行われている。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・求人数などは増加しているものの、年度末の影響などによるもので、特に景気が回復しているような状況とはいえない。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・新規求人数は増加、新規求職者数は減少を続けているが、求職の減少幅は小さく、有効求人倍率も一進一退を続けている。	
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・前年度までの復興に向けた力強さが弱まっている。	
悪くなっている	—	—	—	