

## 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  (東北)	良く なっている	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・年度末の利用数が予想以上に良いことに加え、春の訪れを感じるニュースが入り始めて、購買や旅行等も前向きな姿勢が見られる。
		旅行代理店(店 長)	お客様の様子	・法人営業部門において、価格を比較する見積競合が例年に比べ少なく、企画や質重視の傾向がある。
	やや良く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・デパート等では高額品の売上増加が盛んにいわれているが、一般小売店では低価格商品の売上数量の増加が極めて顕著になっている。
		商店街(代表 者)	販売量の動き	・前半は気候が厳しいこともあり苦戦の店もあった。後半になり、身の回り品店や飲食店に動きがみられる。
		商店街(代表 者)	お客様の様子	・やっとな春めいた季節となり、婦人服など一部が動き出している。アベノミクスとともに灯油、ガソリン、そして電気料引上げ要請などマイナス要素も先行しているが、全体的に消費者に明るさが少し戻ったようである。
		一般小売店〔医 薬品〕(経営 者)	単価の動き	・3か月前の12月は一番消費量の多い月であるため比較にはならないが、3月は当店では特に花粉症の客が非常に多かったため、客単価が通常の前より約3割多くなっている。
		一般小売店〔医 薬品〕(経営 者)	単価の動き	・前年は20%オフの年度末セールを4日間行った。今年は15%オフのセールを4日間行ったが、今年は15%にもかかわらず前年よりも販売量及び来客数が増えている。客の商品を買い求める姿からは、景気がやや良くなっている様子がうかがえる。
		百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・売上高は前年を上回る数字になっている。世の中の景気回復基調にやや準じている面も見られるが、気温等が前月よりもかなり高めに推移しているため、今後はそういった意味での一時的な状況なのかどうかを把握していかなければいけない。
		百貨店(企画担 当)	販売量の動き	・今後の景気への期待感の後押しもあり、季節の変わり目となる3月中旬にかけてファッション雑貨の動きが好調である。一部輸入品の値上げの影響も懸念されたが、一時的な落ち込みにとどまっている。
		百貨店(経営 者)	販売量の動き	・売上のトレンドが若干ではあるが改善している。来客数は食品が厳しく前年を割っているが、被服履物や、美術貴金属の客単価アップに支えられ、3か月前より総売上ではトレンドが改善している。
		コンビニ(店 長)	来客数の動き	・歩道や道路の雪もなくなり、人の動きが活発になってきている。単価は少し低下しているものの、来客数が前年比で少し増加している。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・問い合わせの電話や商店街を歩く人が増えてきており、客が動き始めた様子が見られる。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金終了後の反動減が落ち着き、コンパクトカーを中心に新車販売が上向いてきている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・1月の初売りから販売の動きが良く、3月に入っても動きが変わらない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・天候が良くなり気温が暖かくなってきたので、販売量が伸びてきている。
		その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕(営 業担当)	販売量の動き	・年度末ということもあり、販売量が通常より多いのは当たり前だが、そのなかでも、先行きに明るさが見えてきたという話をよく耳にするようになってきている。ただ、実際に我々のような小売業が実感できるようになるまでにはまだ時間が掛かるとみられる。
		高級レストラン (経営者)	競争相手の様子	・全体的に明るくなってきており、同業に話を聞いても非常に良いということである。当店も少し良くなってきているし、新聞報道なども景気に対して肯定的なので、景気は上がっていているようである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・アベノミクスにより株価も上がっており、景気は徐々に良くなってきているようである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・悪い状態に変わりはない、まだまだ客の入りが少ない状態が続いているが、1、2月よりは多少客足が戻ってきている。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比べ、来客数は増え、予約の申込もやや増えている。

観光型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・震災から2年がたち、いろいろな自粛ムードもほぼ無くなった状態である。客が前向きに活動する傾向も顕著になっている。春の暖かさも加わり、いろいろと問い合わせが増えてきている。	
観光型旅館 (スタッフ)	販売量の動き	・個人型の予約申込が順調に伸びている。4月の平日は厳しいが休前日はすでに満室の日もある。また5月のゴールデンウィークも順調で、このペースで予約が発生すれば4月の早い段階での満室が見込まれる。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・レストラン関係及びデパート地下のデリカ各店については、利用人員は大幅に増加しているものの、消費単価は月を追うごとに下落している。ただし、ここに来て価格の下落に下げ止まり感が見られる。年度末を迎えて、新年度への期待感の表れかもしれない。	
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・送別会利用の客単価は前年よりアップしている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・震災の影響は無くなったようである。乗客からは悪い話は聞かれず、忙しいという話は聞く。	
通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・携帯電話は3、4月と1年の最大需要期であるが、今年の3月は販売数に関して新記録を達成する見込みとなっている。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・株価が上がり、各社の業績に向上の兆しが見えてきている。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・本業の取引先からはあまり好況感は見受けられないが、一部企業の年収増等報道による期待感は大い。また、円安株高は一長一短である。値上げ対象品が多く、現況では総じて景気が好転していると感じるには至らない。	
通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・繁忙期であり、販売も好調である。	
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・年末年始商戦で購買意欲も高まっていた時期に比べ、更に新規客の申込が増えている。ここ1、2か月停滞していた状態から一気に上向いて動き出し、客単価も上がってきている。	
テーマパーク (職員)	単価の動き	・単価の動向が3か月前よりも5%以上伸びている。少なからず現政権の景気対策への期待感が出てきているようである。	
その他サービス [自動車整備業] (経営者)	来客数の動き	・来客数、商談数、売上共に前年末より20%ほど増加している。	
住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・消費税増税後の住宅取得控除案と現状を比較したとき、圧倒的に増税前の建築希望者が多く、駆け込み需要はかなり増える見込みである。	
変わらない	商店街 (代表者)	来客数の動き	・当地方は数十年ぶりの豪雪であり、通行量、来客数は減少している。しかし、個人の観光客が増えているので、ホテル業界や飲食業といったサービス業においては明るい兆しが少しずつ見え始めている。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・アベノミクスにより景気は上がっているが、実感するには至っていない。なお、町内に新しい形の全国規模のスーパーが出店している。
	一般小売店 [書籍] (経営者)	単価の動き	・特に変化は無い。
	一般小売店 [スポーツ用品] (経営者)	来客数の動き	・相変わらず郊外の大形店に客が集まっており、経費をかけて売出しをしても目標まで届かない。
	一般小売店 [カメラ] (店長)	販売量の動き	・高額商品の販売量は減少している。低価格商品の販売量及び来客数はやや増加傾向で推移している。
	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・相変わらず気温が低かった上旬は来客数が少なかった。中旬から会社関係、公務員の異動発表が重なり、お餞別、返礼ギフトの動きが良くなるとともに、4週目にかけては天候も回復し来客数も増え、一気に売上も伸びている。
	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・売上に関しては引き続き好調であるが、全体としては3か月前に比べ大きく売上が伸びたり減ったりしているわけではない。ただし、宝飾、ブランド品、美術などの高額商品に関しては売上を伸ばしてきている。
	百貨店 (買付担当)	販売量の動き	・3月は寒暖の差が大きく、来客数減少の要因にもなったが、オケージョン需要を含めて春物の動きは来客数とは反比例の傾向がある。

百貨店（経営者）	単価の動き	・前半は暴風雪等の影響もあり、大きく前年割れの状況であったが、後半は徐々に春物季節商材が動き始め、回復傾向がある。ただし、トータルではまだ厳しい状況が続いており、特に食品の客単価ダウンが止まっていないため、3か月前と変わらない。
百貨店（売場担当）	単価の動き	・根本的な景気回復傾向は見られない。今月はオケージョンの最も強い月であるにもかかわらず、前年比でも95%といった状況である。マザーニーズといったオケージョンニーズが月初めから出遅れていて、盛り上がるの山が後半にずれ込んだかとみられたが、そのまま失速で終わりそうである。また、春のファッションは好調アイテムのコーディネートで関連販売はできているものの、単価ダウンにより客単価が下がっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・来客数は安定しているが、単価は相変わらず良くない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・3月の1品単価は前年を割っている。買上点数は前年比の伸び率が鈍化している。来客数は前年10月より前年比の数字が伸びも落ちもしていない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数は横ばいだが、来客数の減少が続いている。原因は競合店の出店だが、エリア内での出店ペースが早くなってきた。
スーパー（店長）	販売量の動き	・前月に比べ販売量に大きな変化は無い。
スーパー（物流担当）	来客数の動き	・1点単価が上がり買上率も増えてきているが、来客数が不足している。依然として競合店との特売による客の取り合いが続いている状況で、消費者の購買動向は価格に左右されている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・引き続き好調を維持している。客単価は前年比99%とダウンしたものの、買上点数が104%と好調である。なかでも、夜間の買上点数が多く、次いで午後から夕方が多くなっている。前年取り組んだ、午後から夕方にかけての売上アップ対策が功を奏している模様で、午後の客層は婦人、高齢者である。特に総菜系がよく出ている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・1人当たりの客単価は上がっているが、いまだ来客数の前年比が回復していない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・年明けから前年を下回る低水準なトレンドが変わっていない。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・売上の前年比は厳しいが、客単価の上昇がみられる。
コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・期末の出店ラッシュにより競争環境が激化しており、来客数が落ち込んでいる。
コンビニ（店長）	単価の動き	・株価、為替が特定の企業にプラスに働き、良くなってきているということであるが、庶民レベルでは所得の上昇により消費マインドが上向き様子はあまり見られない。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・寒さや雪の影響で来店は顧客の方が多く、フリー客の来店がかなり減少している。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・価格競争で利益が減少し、歯止めが掛からない。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・入卒、就職といったフレッシュな需要は好調に推移しているが、ビジネス用途でのニーズは減少している。カジュアルに関しては、立ち上がりと比較し、春物商材へのニーズが不安定である。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・気温がなかなか上がらず、春物の需要に今一つ弾みが見つからない。好天に誘われて来店するような日が少ない。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数は微減だが、前年より客単価がアップしている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・アベノミクスにより、世間では景気上向きの様子が聞かれるが、当社の業績のなかではまだそのような様子は見られない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年との比較では、来客数に変化は無い。
家電量販店（店長）	単価の動き	・単価の下落は一層スピードを上げて進んでいる。安い物から売れていく。高級家電はまだまだ底上げが難しい状況である。

家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年の3月はアナログ停波に向けてテレビ需要がかなり伸びていたが、今年はテレビの需要がないので、その反動で売上自体は前年比2割下がっている。冷蔵庫や洗濯機、パソコン、タブレットといった他のコーナーはここ最近少しずつ良くなっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・大型の期末決算セールを実施し集客を図ったが、いささか盛り上がりには欠け、エコカー補助金終了以降、依然として2割近い前年割れで推移している。しかしながら、客の様子からは少しずつではあるが明るさや手ごたえが感じられるようになってきている。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・直近3か月の販売量は前年を割り込んでいる。しかし、前年度のエコカー補助金と震災特需を踏まえるとまずまずの状況である。サービス需要は増加傾向だが、安価なカー用品店や民間工場へ流出する傾向がある。消費者の財布のひもは固い。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・販売に関しては、細かい商品等の売行きはそこそこあるが、金額のはる大きなものの売上が鈍いので、売上増には結び付いていない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・歓送迎会や謝恩会などで飲食店、宴会場の利用が多くなっており、酒類等の動きが良い。ただ、この状況は長く続かず、一過性のものになるのではという懸念もぬぐえない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・大雪で低温も続き、首都圏の早い春の便りとは裏腹に長い冬が続いている。消費者の財布も4月以降の食品値上げなどを見越し、ますます固くなっている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・例年だと新中学生、新高校生の生徒数は減少しているが、今年は横ばいである。新入学準備の需要が多い。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・地元では異動シーズンで飲食店の動きが少しあったが、前年並程度である。落ちてはいないが、余裕が無かったり、高齢で仕事を続けられない飲食店が閉店したりと、依然厳しい状況は続いている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・寒い時期が過ぎ、暖房用の燃料の消費が落ち着いてきており、代わって軽油の需要が増えてきている。復興需要で建物の取り壊しが各地で実施されているが、建設用の需要は動きが鈍い。新年度の復興対策の予算が執行されるまでは需要の大きな伸びは見込みが薄い。
高級レストラン（支配人）	それ以外	・いろいろな値上げがあることもあり、政権が変わって明るい兆しは見えないものの、収入自体が増えない状況では不安感が拭いきれない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月は上旬、中旬がとても悪く、人出がほとんどないような状況であった。下旬になってようやく団体客などが来て良くなってきたが、平均するとさほど良くない。景気自体は決して悪くはないのだが、現状では3か月前と変わらない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・アベノミクスといった動きはあるが、一般消費者は早く結果を出してほしいようである。お金のあなしにかかわらず、消費しても次々と資金が補充されるような景気にならないと、万が一に備えて蓄える方向に走ってしまう。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・震災後2年が経過し、復興特需も少なくなった。また、今月は送別会の月にもかかわらず、一般の職場の送別会は少なく、かろうじて役所の職場の会が開かれている状態である。なお、例年よりも家族旅行が多いように見受けられる。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・客の予約動向や宿泊の流れに特段の変化は無い。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・本来であれば3月はもっと景気が上向いてこないといけなかったが、3月の第2週まで寒波が週末だけ集中してしまったため、どこにも出かけられない状況が続き、購買意欲もかなりそがれてしまった。ホテルの利用客も足が遠のいてしまった。中盤以降に盛り返したとしても、前半のマイナスの要素が大きい。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・卒業、送別会シーズンで一般宴会は予算クリアを見込めそうだが、レストラン及び宿泊部門は週末以外低迷している。
タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず夜間の乗客が極端に少ない。特に今月は送別会や歓迎会があり期待したが、客は非常に少ない状況である。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・給与が上がる見込みがなく、周りの状況を聞いても景気が上向きとの声は聞こえてこない。住宅建設関係が伸びている気配はあるが、流通業関係の価格が上昇しており、個人消費については下がり気味である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・景気が良くなったと話題になっているが、当地では特段実感が無い。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化があまり見られない。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数は落ちているが、売上は前年を上回っている。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・震災から3年目に入った。梅の開花が1か月遅れになるなど寒さが続いているが、小中高生やファミリーを中心に底堅く、前年を少し上回っている。
	美容室（経営者）	単価の動き	・単価的には前年とほぼ同じ水準で、横ばいで年明けから今に至るまできている。なかなか単価的には上がっていかない状況である。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・卒業や入学、転勤などで人の動きが多かったので、来客数は伸びている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・パーマやカラーリングをする人は1か月に1回だったのが2か月に1回になっているなど来店回数は減っている。しかし、その分パーマと一緒にエステをプラスしたり、シェービングマッサージを追加したりする場所があるため、施術単価の増減は無い。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・仕事量は前月と同じくらいで落ち着いている。多くもなく少なくもなくといった状態である。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	来客数の動き	・供給高は予算を超過している。しかし、現時点の受付件数は伸びていない。
やや悪くなっている	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数、客単価共に3か月前と比べて落ちている。3か月前の12月は年末の繁忙期であるが、そういった要素を勘案しても悪化していると判断できる落ち込みかたである。ちなみに、前年の3月は3か月前の12月より数値的にも上回っていた。
	スーパー（経営者）	それ以外	・アベノミクスにより円安が進んでおり、石油及びガソリン代が値上がりしている。なおかつ、食料品に関しても値上げが続いている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・商圏内人口に対してオーバーストア状態である。さらに、競合店の新規出店の影響もあり、価格競争が激化している。買上点数は前年をオーバーしているが、1品単価及び客単価がダウンと悪循環に陥っている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・客は少しでも安いところに流れている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・依然来客数減少が続き、苦しい状態が続いている。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・この時期はフレッシュマン、いわゆる進学や就職をする人が沢山いるが、特に高校を卒業した人の入学式ニーズが前年に比べて大きく割れている。単価も低価格志向が大変強く、非常にシビアな局面が出てきており、フレッシュマンの単価及び来客数が厳しい状況が続いている。
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で2けたの減である。来客数及び客単価も減少しており非常に厳しい。最低必要なものを慎重に時間を掛けて買物している。
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・大きい催事は2月の上旬以降やっていないため、客の行動は鈍い。3月にも催事をしたが成果は前年の半分ほどで、来客数も販売量も減っている。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	お客様の様子	・先を見据えて出費の計算をし、買い控えをしているようである。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・売上高の前年比が3か月前と比較して低下傾向にある。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・被災地ということでここ1年以上特需があり、個人利用、法人利用共に過去最高の入込、売上が続いていたが、件数、売上共に前年を下回り始めている。来月以降の予約状況も前年と比較すると件数、売上共に下回り始めている。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・ここ数か月で円安が急に進み、海外旅行に影響が出てきている。収益性も良くない。

		タクシー運転手	お客様の様子	・運賃がどれくらいかかるのかを確認してから乗車する客が増えている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来場者の少ない月ではあるが、特に学校が春休みに入る前は非常に客の少ない状態が続いた。
	悪くなっている	一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・3月に入っても客の反応は悪い。電話もこなければ、訪問しても勧める商品に対する反応は良くない。震災前の景気に戻ったようである。就進学用の寝具も量販店等に押されて、専門店での購入は少ない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・春休みに入っても来客数は変わらず、そういった面では今月はかなり厳しい月である。
企業動向関連 （東北）	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・前年分の原因賠償金の請求手続きは済んだが、いまだお金はもらっていない。しかしながら、どの農家も少し余裕が出てきた様子が見られる。
		繊維工業（経営者）	それ以外	・アベノミクスにより、何となく良くなるという空気が世の中全体にある。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需要がおう盛で、価格面の改善も進んでいる。
		一般機械器具製造業（経営者）	それ以外	・自動車部品については為替水準の訂正により、輸出環境はやや良くなってきている。
		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	・先月同様に為替の影響が大きく、製品価格が改善しており、それが維持されているため、業績が円高の頃から大きく改善している。
		建設業（従業者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較し、官庁発注の公共事業等の受注量が伸びている。
		広告業協会（役員）	それ以外	・マスメディアは新聞、テレビ共に回復し好調を維持している。また、地元の広告主が積極的に出稿を増加させている。業種的には通販、小売、不動産、遊技場関連などが挙げられる。
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・LED照明販売の得意先から、来年度の広告予算が追加で付いたとの連絡が入り、新しくパンフレットを作成することが決まっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・市中心部の専門店では、バーゲン品ではなく定価品を買う客が増えている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・中古住宅の取引件数が増えている。
		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	・地元商圏への出荷は安定的な印象がある。また、早めの桜開花となった西日本及び首都圏向けの清酒出荷が好調である。景気好感を桜が後押ししている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業者）	それ以外	・テレビドラマの影響で観光客が増えている。
	変わらない	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・米価は低調に推移しているものの、宅配米に関しては引き合いが強くなってきている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に変わらない。仙台において牛タンは知名度も人気もあり、数字が上がっている状態を維持している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上はデパート、駅、ロードサイド店のいずれも良くない。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上が上向かない。
		土石製品製造販売（従業者）	受注量や販売量の動き	・復興事業の建設工事がますます増えている。ただ、予算額が少ないなかでの工事となり、景気の上昇には繋がっていない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地方でも景気が良くなるという雰囲気が出てきているが、実際には良くなっていない。工事小口工事が多いようである。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・国及び自治体からの多くの案件が出件したが大きな変化は無い。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要荷主の稼働率に変化は無い。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客の継続契約案件において、入札が定例化してきているなかで、何とか受注数は増加傾向にある。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・経費削減を優先している点は変わっていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・現状維持の企業が多い。建設業界の一部以外は景気の善し悪しを感じる話は出てこない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・円安株高により、投資意欲は回復傾向にある。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・大雪による消費動向への影響が見られたものの、全体としては大きな変化に至っていない。

	公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算、月次状況から判断している。黒字状況の会社が多いが、かといって余裕があるとはいえず、かろうじて黒字という状況である。建設業以外は厳しい。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の同月に比べれば、売上の進捗は決して良くない。また、大口の商談もほとんど無いというのが現状である。	
	その他非製造業〔飲食物品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・納入価格はますます安くなっており、どの辺で止まるかの見通しが立たない。また、販売店の話も聞いても、チラシ特売が週を追うごとに安くなっていき、下げ止まらないということである。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・震災復興のための住宅受注が思うようにできていない。公的な復興住宅は上限額が決められ、また支払も完工時払いなので資金繰りが大変である。正直なところ、入札には参加しない業者が多いとの業界関係者の声もある。また、原材料不足及び工賃上昇で利益率が大幅に低下している。	
やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	競争相手の様子	・同業者の話を総合すると、ここ3か月間の売上高は前年を5%程度下回っている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・一時的な年度末需要はあるが、全体としては受注量減である。コストダウンの追加要求等で中小企業は悪くなる一方のように見える。	
悪くなっている	—	—	—	
雇用関連	良くなっている	○	○	○
(東北)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人ニーズは引き続き強く、ハローワークも求人掲載に日数が掛かるほどである。求職者の動きが鈍い分、求人側がいらいらしているようで、特に地元で拠点を持たない首都圏の採用担当者が、採用を強気で進める傾向が出てきている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・景気が良くなると、採用が難しくなるため、関東や首都圏の企業が説明会を地方、仙台でも開催し始める。その傾向が見られてきているので、景気は上向きのようなのである。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの派遣依頼及び人材紹介依頼が増えている。一方で求職者の反応は鈍く、ミスマッチが続いている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・年度末で仕事は大変多いが、前年と比べても多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込件数が増えている。業種も介護関連や建設業に特化していたが、サービス産業の求人も多くなってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・前年までの被災地支援的な出稿が薄れ、年度末販促費が潤沢に出稿へ結び付いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前月比で減少したものの、前年同月比では増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求職者数は前年比10.6%減少している。今年度は8月の1けた減少以外はすべて2けた減少となった。また、新規求人数は前年比17.2%増加している。10月以降、5か月連続2けたの増加となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・サービス業及び震災復興事業の求人が増加している。ただし、製造業は相変わらず変化が無い。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・業種によって異なるが、まだまだ雇用に対しては慎重な傾向にある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・震災需要も一段落し、求人の動きも前月と変わらぬ状況である。アベノミクスがどれだけ被災地に直接好影響をもたらすかが分かるのはもう少し先である。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業からの求人数は増えず、求職者が増加する傾向は変わらない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・企業整理にかかる離職者が発生しているものの、新規求職者の減少傾向は続いている。また、新規求人についても高水準で推移しており、3か月前の状況とあまり変わらない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は引き続き改善が持続しているが、景気の好調さを実感する場面は少ない。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は前年比で一進一退を続けているが、有効求職者数はわずかず増加が続いている。一方、それ以上に求人の増加が続き、求人倍率も1倍を超えている。しかし、景気好転の実感には乏しい。	

	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者の数は前年7月以降増加している。有効求人倍率も前年同月を下回っている。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣の依頼に対しての応募者が3か月前と比べて半減しており、そのため成約率も減少し続けている。3か月前より悪化しているようである。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・サービス業及び建設業などは相変わらず好調な状況が続いているが、製造業においては人員削減の動きが止まらず、事業主都合で離職者を募っているような事業所が若干増加傾向にある。
悪くなっている	—	—	—