

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	通信会社（営業 担当）	来客数の動き	・携帯電話そのものは既に需要期を終わり、落ち着いている。だが、車の需要や周りの様子を見ると、先行きの不安が払しょくされ、経済効果の上向きが期待されるような動きがある。
(東北)	やや良く なっている	商店街（代表 者）	来客数の動き	・まだまだ、アベノミクス効果による景気の上向きは見られないというのが東北地方の状況である。ただ、少しは春らしくなったことや、景気に期待感が持たれているというマスコミ等の報道により、少し心に余裕が出てきているようである。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	単価の動き	・最近では若い男性が高額品を購入するという状況が続いており、必然的に客単価が上がっている。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	単価の動き	・単価の動きについて、通常、5月であれば3,200円位であるが、微々たるものだが50円ほど増加している。また、単価に加え販売量の動きも良くなっている。
		一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	単価の動き	・やや良いとしたものの、3か月前の2月は震災後最も悪い月であったので、今月は震災後の平均的な水準に戻ったというのが実態である。株価上昇が伝えられているが、客の様子からは、むしろ以前に増して生活を切り詰めている様子が見え、常連客の来店頻度が間遠になっている。一方で、相談内容は健康増進のためというより、より切実な内容が増えており、客単価はやや上昇している。
		一般小売店〔寝 具〕（経営者）	お客様の様子	・客先を訪問すると、天候の変化とともに徐々に反応が見られるようになってきている。カーテンの付け替えや、押入れの整理などをしたいという客が出てきている。
		百貨店（総務担 当）	お客様の様子	・高額品、特に高級時計等の売上は前年を比較的上回っている。一方で、主力となる衣料品については、天候の影響やマーケットの競合関係によって、伸び悩んでいる部分もある。客の様子という意味では、高級時計の動きから判断すると、景況感は少し上向いている。
		百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・高額商品の動きは、海外ブランド、宝飾時計を中心に引き続き好調に推移している。衣料品については5月に入り寒暖の差が激しく、上昇方向には向かないものの、雑貨が帽子、傘などの季節商材を中心に好調で、全体を押し上げている。
		百貨店（経営 者）	お客様の様子	・天候に大きく左右されるが、そのことを除けば良くなっている。美味しいもの、珍しいもの、話題の機能や素材の新商品などが活発に売れている。客はどこにでもある安い商品よりも、付加価値の高い商品を買って求めている。
		スーパー（物流 担当）	販売量の動き	・3か月前に比較して、来客数及び買上点数は前年比で良くなってきている。1点単価は3か月前より下がっているが前年比では良くなってきている。依然として客の購買動向は特売チラシ等に影響されているが、価格依存度の少ない生鮮の構成比が上がってきており、少しではあるが景気は良くなっている。
		コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・売上は101%とほぼ前年並みだが、買上点数が104%と好調である。客単価も2%上昇と好調を維持している。買上点数が伸びているのは、気持ちの余裕が出てきている証拠ではないか。買い控えで守る姿勢から、少し先行きの明るさを期待しての行動かとみられる。
		コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・前月から今月にかけて、来客数が前年比で1～2%回復している。
		コンビニ（店 長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候が悪く落ちたが、それ以降は順調に来客数、単価共に上がってきている。客の購買意欲は前年よりも上がっているようである。
		衣料品専門店 （店長）	お客様の様子	・やはり、消費はマインドの面が大きい。ニュースを含め、円安ドル高による株価上昇など、景気の先行きに明るい兆しが見られることにより、来客数増、高単価商品の購入につながってきつつある。
衣料品専門店 （総務担当）	来客数の動き	・来客数が若干ではあるが戻ってきている。		
家電量販店（店 長）	来客数の動き	・景気への期待感からか、来客数が良くなっている。		

家電量販店（店長）	来客数の動き	・3か月前よりも来客数は微増となっている。慎重に商品を選択しているが、高額商品を購入予定の客が増えていることは確かである。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型軽自動車の予約受注が好調である。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今まで購入を渋っていた客が購入を決断するようになってきている。
乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・6月に新型の軽自動車が発売になるため、客が多い。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・金額のはる商品を買求める客は少ない。ただし、小間物を買いくる客が増えており、来客数の動きは良い。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・まだまだ景気の良さが顕著にみられることはないが、週末は販売量がここ最近にないほど多く、忙しい日もある。2、3月はそうだったことがなかったことから、中央の景気の良さが徐々に地方まで届いているといえるのかもしれない。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・ようやく品物が動くようになってきている。ただし、夏物の販売はこれからである。節電やエコスタイルが定着しつつあるが、どれだけ売上につながるかは全く分からない。
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か月前と比較してやや上昇傾向にある。
高級レストラン（支配人）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降に例年みられる下降線が穏やかで、北東北の復興イベント多数で活気があった前年に遜色ない動きがある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・連休明けということもあり、前月にみられた今後に期待するような雰囲気も落ち着き、ちょっとペースダウンしている。来客数、客単価共に低調な状態に戻りつつある。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けは売上、来客数共に伸び悩んだが、その後、回復の方向に向かってきている。今までだと伸び悩んだまま月末を迎えるパターンであったが、今月はそのようなこともない。景気は良くなりつつあるようである。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・特にレストラン関係及びデパート地下のデリカ各店では、今までとは逆に、利用人員は減少し、消費単価は上がっている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・割烹旅館を別に経営しているが、ゴールデンウィーク中はほぼ満室状態であった。そして、その後の反動もなく、他の平日も利用が伸び、ここ数年来の売上を確保できている。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・これまでの震災手控えムードから脱却し、積極的な営業投資を行っているようである。
タクシー運転手	販売量の動き	・客はこれまでどおり乗ってきている。また、客の話を聞いても、景気が悪くなったという話はさほど聞かない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・株価が高くなっていることを受け、景気が少しずつ上向いてきている。
テーマパーク（職員）	単価の動き	・景気への期待感か、明らかに3か月前にはなかった商品購入の勢いが見られる。土産店でのまとめ買いや高額商品の売行きも好調である。
観光名所（職員）	来客数の動き	・ここにきて来客数が非常に伸びてきている。大手の団体が募集する募集物ではなく、個人客もしくは友人たちと動くような小団体が増えてきている。それに伴って売上も増加している。
遊園地（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが散々の天候だった前年より大幅に復調している。ただ、まだ力強さまでではなく、震災前には戻っていない。
美容室（経営者）	お客様の様子	・自動車部品工場に勤めている客が、少しだが昇給したのでパーマをかけたいと訪れた。今までは節約を第一にされていた方なので、久々にいらっしやう嬉しかった。全体ではなくても少しずつ景気が上向きになっているようである。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・前年に比べて、1人当たりの販売価格が伸びている。

変わらない

商店街（代表者）	お客様の様子	・ 今月はイベントや天候に恵まれて、例年になく人出は多くなっている。しかし、売上は期待したほど良くはなく、例年並みである。今回の好景気はムード先行型ということを確認した次第である。
商店街（代表者）	販売量の動き	・ 大型店は好調だといった話を聞くが、中小零細店には対岸の話しに聞こえる。ゴールデンウィークは好天に恵まれたため、身の回り品を扱う店は良かったとの声もあるが、飲食店は競争の激化から苦戦とも聞かれる。商店街全体としてはあまり変わりが無い。
商店街（代表者）	お客様の様子	・ 天候不順により桜の開花が遅れ、ゴールデンウィーク後半は盛り上がりには欠けた。しかし、震災以来減っていた県外中学生の修学旅行が目立って増えてきているという明るい話題もある。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	単価の動き	・ 天候不順による田植えやその他の農作業の遅れによるためか、学校行事、その他の影響が分からないが、客単価が低下傾向にある。
一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・ 桜の開花が連休とずれたため、観光客もあまり来なかった。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	来客数の動き	・ 来客数の減少傾向が続いているが、高額商品の販売は横ばいで推移している。低価格商品はスマートフォンの影響で苦戦している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ ここ数ヶ月の傾向であるが、時計、宝飾、ブランド品など高額品の動きが顕著であり、震災後の見舞金による特需とは違う底堅い動きになってきている。また、天候も落ち着いており、婦人服及び紳士服の動きも良い。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・ 2月も後半からの寒波により季節商材が苦戦したが、5月もなかなか気温が上がらず季節商材、特にミセスの初夏物アパレルが苦戦している。食品もデイリー商材は、客が価格にシビアになっており苦戦している。
百貨店（売場担当）	来客数の動き	・ 当店ではアベノミクスなどの経済政策の影響は全くみられず、依然として景気は良くない。来客数は前年比で100%は超えているが、これは、前月の気温が例年になく低かったことで、顧客、フリー客共に来店が少なかったことの反動といえる。しかしながら、後半の食品催事が開催された週は、気温が一気に20度を超えたことで来店が高まり、ようやく夏物が動き売上が伸びている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・ ゴールデンウィークは寒かったものの、天候が安定していたためまずまずであった。その後も来客数は安定している。ただし、単価は微減である。
スーパー（経営者）	単価の動き	・ 今月は低調である。平均1品単価は3か月連続で前年割れし、来客数の伸びも前年並みである。買上点数が前年を若干上回り、売上はやっと前年をクリアしている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 競合店間のチラシ価格ディスカウントが続いている。来客数は前年ベースで推移しているが、買上点数が減少傾向にあり、客の買い回り傾向がより強くなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 来客数も買上点数も、3か月前からそれほどの増減がない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 円安の影響で、各メーカーの値上げラッシュが続いている。サラダ油、小麦粉、輸入フルーツなど、輸入品の高騰による若干の値上がりで、客の買い控え等が発生しており、来客数は通常であるが、買上点数がやや下がっている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・ 競合店出店による来客数の減少が依然続いている。客単価は前年比で100%近くを推移しており、景気変動はあまりみられない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 来客数の伸びがない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 来客数は前年比で微減が続いている。ゴールデンウィーク後半の天候不順が響いたこともあるが、競争環境の変化が一巡するまでこの傾向は続く。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 報道から景気に対する期待感はあるものの、今年の春以降の売上は、天候の動向を見ても特に大きな変化は見られない。また、競合他社の相次ぐ出店に伴い、厳しい状況が続いている。

衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・株高と円安の影響が地方にはいまだ見えてこない。ただし、新規事業である発電関連の事業が稼動すれば景気上昇の機運が見え、人、物、金が動く可能性がある。
衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・もう春だというのに、この時期での来客数が少なすぎる。
衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・気温の低い日が多く、春物を買ってくる客が少ない。
衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・5月からクールビズを開始した企業も多いが、スーツやビジネスシャツは前年までに購入した人も多く、購入客が減少している。
家電量販店 (店長)	販売量の動き	・テレビの売上はまだ戻ってきていない。白物家電は特にエアコンを中心に伸びており、前年を上回っている。単価も上がっており、話題の商品や新製品の人気商品もあるので、景気が上向きのような気もするが、家電業界としては前年を上回れず苦戦している。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・前年のエコカー補助金による先食いの影響を受け、新車の受注、販売台数共に10%強の前年割れとなっている。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・例年と比べ、5月連休後の動きが良い。新規来客数も減ってはいない。
乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・土日の新規来店客の数が全く変わっていない。
乗用車販売店 (店長)	お客様の様子	・経年車であっても車検を通して乗る顧客が多くなっている。新車ニーズも小型車が中心で販売単価も低く、本業の儲けに繋がりにくい。
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・今月はイベントを開催したが、前年と比べ来客数が10~15%ほど減少している。
その他専門店 [パソコン] (経営者)	販売量の動き	・この時期にきて幾分動きがあるが、半期で平均的に推移している数値の底上げには今一つ足りない。
その他専門店 [酒] (営業担当)	来客数の動き	・連休中は天気が悪く例年より売上が悪かった。また、地元の農家では田植えの時期ということで飲食店も客が少ない時期でもあった。ただし、県外の動きは比較的良くなっている。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	お客様の様子	・石油製品関連は、アベノミクス効果の反作用としての価格上昇局面を迎えており、末端価格の上昇傾向が出ている。それに伴い、消費抑制の心理が客に働いて消費の伸び悩み傾向が出てきている。現時点で、冬場の暖房用需要が終わり、当県特有の放射性物質の除染作業に伴う軽油の需要が続伸していること以外は目立った動きはない。ただし、大河ドラマの関連で津若松近辺の観光客が増加しており、その地域の観光需要は伸びてきている。総合すると、一部に明るい状況が見えるが相対的に価格上昇が悪影響を及ぼす懸念が強い状況である。
高級レストラン (経営者)	競争相手の様子	・客の様子が明るく、少しずつ景気が良くなっているのが分かるが、会社の売上等の数字には反映できておらず、特別良くなったという実感はない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・当社はどちらかというと低価格の外食であり、牛丼を始めコンビニとかなりバッティングするので、来客数も増えていない。
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ここにきて、週末と平日の来客数の変動が大きくなってきており、月間ベースでの集客が減少している。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東京から来るこまち号の乗車率はアップしているし、県内でもいろいろなイベントがあるが、当ホテル及び物販の売上には直接は結び付いていないように見受けられる。大勢の客が来ているのは間違いないので、どこに流れているのかの分析が必要である。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・宿泊部門は、大型の全国大会を始め、大会や学会の件数も多くかなり期待していたが、会場周辺のホテルに吸収され、それ以外のホテルへの波及効果はほとんどなかった。一般宴会及びレストランはほぼ予算通りに推移している。
旅行代理店 (店長)	お客様の様子	・年明け前後から受注は好調であったため、現在の状況と大きな差は無い。
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・平成25年度予算が可決したが、それを実行する行政側が積極的ではない。国の予算が実行されないと民間企業も共倒れになる。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲も大分改善されつつあるが、全体を見ると上向きとはいえない状況である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談からはあまり好況感はうかがえない。円安株高の報道にあるような景気の良さもうかがえない。報道でいわれている景気の良さは夏の参議院選挙までの期限付きとも取れ、本格的な内需拡大までには程遠い状況である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・キャンペーン内容や販売メニューも同じという理由もあるが、各コース別の販売数や売上が3か月前と全く同じで変化が見られない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客訪問の際に話を聞いても、大体は景気は変わらないと話しており、経費削減を考えているようである。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・休日の来客数が若干少なく、一般客の動きが鈍いようでもあるが、ほぼ前年並みの状況が継続している。
	美容室（経営者）	単価の動き	・来客数は前年と同じような状況が続いている。回転率も同様である。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・先月と変わらない状況である。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・受注は安定しており、大型物件も多い。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	来客数の動き	・4月と5月の受付件数が大きく予算割れしており、前年実績の90%の伸びにとどまっている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・県内では、電力関係会社の業績悪化に伴う消費の低迷が顕著になっている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・連休の反動か、閑散としている。
	一般小売店[スポーツ用品]（経営者）	来客数の動き	・商店街全体においても土日に人出がない。来客数の減少もあり、店頭販売が伸びない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が前年より減少しており、特に土日の伸びが良くない。高額品も特に目立った動きはなく、日常すべての買物に慎重さがうかがえる。
	百貨店（買付担当）	販売量の動き	・最近の株価の乱高下に加え、市内の商業施設等の変化があり、来客数、売上共に苦戦している。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食料品価格におけるデフレは止まらず、川上はインフレ、川下はデフレ状態が続いている。地域の消費者は安いディスカウント商品を求める傾向がある。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の出店、また価格競争により来店頻度が減少傾向にある。最近、この傾向は更に強まってきており、チラシ価格強化と主力商品の価格強化、ポイントなどの販促強化と地域全体が大競争になってきている。
	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・売上、単価共に前年より5%ほど減少しているが、来客数の落ち込みが一番大きく、前年比6%以上の減少となっている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・郊外の大型ショッピングセンターが先月リニューアルした影響で、特に土日の来客数が減少している。
	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・5月中旬は非常に肌寒い日が続いたので、スーツ等の販売が伸び悩んでいる。震災特需に沸いた前々年以来、クールビズ等々により、販売量及び来客数を見てもスーツが伸び悩む状況が続いているが、今月は輪をかけてひどい状況になっている。
	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・繁忙期のはずだが車検の入庫台数、補修車の入庫台数は激減している。エコカー補助金による買換えの影響をまともに受けているためとみられる。
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年をクリアしていないのに、仕入れ値についての値上げ通知が次々きている。
	その他専門店[靴]（従業員）	販売量の動き	・4月中旬から気温が低かったり雨の日が多かったりすることもあるが、悪い要因はそれ以外にあると考えている。紳士靴、婦人靴、スニーカー、子供靴、すべての部門が悪い。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が少ない。予約数も3か月前より2、3割程度少なくなっている。

	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当エリアではアベノミクスは全く機能していない。報道などで景気が上昇している等の話を聞く度に、「私の所には恩恵がきていない。むしろ、円安による材料や燃料の高騰で頭が痛い」とか、「経費がかさんでも景気が悪ければ値上げできない。前よりも売上が下がって、利益も下がったのではぜいたくできない」という町の声聞き入れて分析しているのか不思議に思っている。「エリアで需要と供給がまかなえれば、農産物の生産者も少しは助かるのに」という極論も聞こえてくる。良い話が全く聞こえてこない。	
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・震災復興の特需も少なくなっている。また、デスティネーションキャンペーンの最中にもかかわらず、客足が伸びない。市内では全国大会が多々開催されているが、1人1室利用であることや、市内のビジネスホテルが増加していることにより、我々のような郊外の観光旅館に足を伸ばすことがない。かろうじて顧客に助けられるが、付帯売上は伸びない。	
	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・土曜日などは予約も満室にならない状況である。4～6月までデスティネーションキャンペーンが開催中であるが、旅行エージェントと契約の無い中小旅館にはあまりプラスの影響は出ていない。	
	観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間は国内旅行需要が増加しているとの情報もあったが、在庫上限が決まっている商売なので、全体の取扱量が増加したとしても当館の売上が増加するわけではなく、例年と同様である。5月全体としては前年より悪い結果となっている。	
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・震災被災地のため、前年は来客数、売上共にかつてないほど好調であったが、現在はいずれも前年をやや下回っている。来月以降の予約状況も若干下振れの傾向となっている。	
	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・販売状況は、個人旅行も団体旅行も震災復興需要が一旦落ち着いており、前年との比較ではやや悪くなっている。	
	タクシー運転手	単価の動き	・連休中にお金を使ったせいか分からないが、客足は減っている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・連休が続いたので多少期待した面はあったが、連休で出費がかさんだためか、連休後はがくっと客の数が減っている。全体的に前年を下回っている状態である。	
	悪くなっている	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・客の動きがだんだん鈍くなってきているのが現状であり、5月はかなり悪くなっている。単価、買上点数も減ってきており、厳しくなっている。
企業 動向 関連 (東北)	良くなっている	出版・印刷・同 関連産業 (経理 担当)	受注量や販売量 の動き	・株高となり、景気上昇の期待感が出てきている。今まで静観していた小規模の商店なども広告のチラシを作成するようになってきている。
		建設業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・公共工事を中心として受注量が拡大傾向にある。
	やや良くなっている	農林水産業 (従業者)	それ以外	・前年は果物農家の収入は震災前の7割程度であったが、風評被害の賠償請求をしているので、前倒しをして生産資材を購入する農家も見られる。
		木材木製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・住宅部材の需要が順調である。
		土石製品製造販売 (従業員)	それ以外	・少しずつ株価も上昇し、夏のボーナスにも反映されるようである。新規発注などはさほど多くはないが、社員の給与や賞与の増加などから景気の上向きが見取れる。
		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、期初に計画した水準を上回る受注が入ってきている。さらに、輸出環境も改善されてきている。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	受注量や販売量 の動き	・円安の影響及び携帯電子機器用部品の需要の増加が好調の主な理由である。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・売上高は右肩上がりになってきたが、海外とのコスト競争は一層厳しく、生産性向上に注力していかなければ利益に繋がらないのが現状である。
		建設業 (企画担当)	受注量や販売量 の動き	・官庁工事の件数が増えており、量的には上向きに向かっている。
		通信業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・前年同期に比べても、ある特殊要因により傾向は上向きになっている。
		通信業 (営業担当)	取引先の様子	・円安の進行により、自動車関連下請企業の業績が好調と聞いている。

	金融業（広報担当）	取引先の様子	・取引先において、売上が改善しているようである。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・チラシや土産品の包装紙の注文が増えている。	
	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	・首都圏向け、県内向け共に出荷状況が良い。全体的に飲食店向けの出荷が好調で、県内については、大型観光キャンペーンの経済効果を直接受けているという手ごたえがある。	
変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先日、全国版のテレビ番組の土産物ランキングにおいて、牛タンが全国で2番であった。そんなことを含めて牛タンブームがずっとあるようで、相変わらず売上は順調に推移している。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・デスティネーションキャンペーン期間中ということもあり、売上は前年より若干プラスになっている。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が依然として回復しない。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量や市場の動向は変わらない。	
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・ムード的には良いようだが、実態はまだまだである。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・地域中小企業の受注量は増えていない。横ばいもしくは減っているところが多いので、景気は下向きととらえている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事量は増えてきているが、資材の値上がりがある。資材の値上がりは来月以降も続く見込みであり、経営的には不安である。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・予想通りで推移しており、大きな変化や変動は無い。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・アベノミクス効果を感じられない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・円安株高でマインドは改善してきているが、実態面で資金ニーズが出てきているわけではない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・居酒屋では価格志向の店よりもメニューの質を重視する店の入りが良くなっている。	
	公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況を見ても、ここ2～3か月は足踏み状態が続いており、目立った業績の変化は見られない。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量はここ数か月、前年に比べ伸び悩み、むしろ下回っている。特に、コピーサービスの仕事の下回っている状況が続いている。	
その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・客単価が前年比で5%くらい、買上数量も10%くらい減少しているとの話を聞く。価格競争だけが先走って、販売になかなか結び付かないのが現状のようである。		
その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の住宅会社が事業清算を余儀なくされた。復興需要はあったものの資材費や労賃の上昇を販売価格に転嫁できなかったことが主因である。また、大工の人手不足から工期対応にも難儀したようである。これは1社だけの問題ではないとの声が業界から聞こえている。		
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・取引先の様子に変化は無く、3か月前と変わりが無い。取引先の出入り数や納品量にも変化が無い。		
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・例年よりも、稲作を断念し当方に耕作を委託する農家が多い。農業を巡る情勢が厳しくなっているものとみられる。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に役所関係の発注が減少している。	
	広告業協会（役員）	それ以外	・地元広告業界はここにきて足踏み状態になっている。情報通信関係のテレビ出稿がなくなったことに加え、遊技場関連が自主規制などにより出稿をかなり減らしているからである。また大型小売店も前年同期比で落ち込んでいる。	
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)	求職者数の動き	・固着していた現在就業中の潜在的な求職者から、求人に対する問い合わせが多くなってきている。今までは求人があっても人がいない状態だったが、ようやく動きが出てきている。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・前年の同時期に比べ、内定を辞退される企業の数が増えている。それだけ、各企業が新卒採用に積極的に動いているという証拠とみている。
		人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・タイミングも考えられるが、人員不足の解消のため求人掲載顧客が採用基準を落とし採用をしていることが、リピート掲載の減少からも見て取れる。
		アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・例年5月は仕事が途切れるのだが、今年はコンスタントにある。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前月より減少したものの、前年同月及び3か月前よりは増加している。
変わらない	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・新規採用を考えている企業は増えているが、いまだ採用に慎重で、求人広告出稿に結び付いていない。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・株価の上昇、円安など景気上昇の材料はそろっているが、当県の企業では良い動きはほとんど見られない。	
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・前年度からの大量解雇等の動きは一段落したものの、求人数は増えていない。全国に比して低い雇用失業情勢にある当県のなかでも、当地域は最も悪い地域となっている。	
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・有効求職者数は前年秋以降、前年比増加を続けている。また、好転を続けていた有効求人倍率もやや低下し、足踏み状態となっている。	
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数はここ1年、約3,000~4,000とほぼ同一で推移している。	
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・前年まで有効求人数は2けたの伸びであったが、今は1けたの伸びにとどまっている。逆に有効求職者数は前年7月以降、前年同月を上回る月が続いている。	
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数はわずかに減少しているものの、引き続き高い水準で推移している。特に建設業、食料品製造業、運輸業、卸売業、小売業が好調である。	
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・地域性もあるが、除染や建設といった復興事業や福祉事業、運送事業の求人が数多くある。一方で、製造業の求人が皆無に近い。	
やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・恒常的に派遣登録者が減少しており、長期派遣契約が前年を下回る状況が続いている。	
	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・5月に入り、企業からの発注数、求職者応募数共に動きが鈍化している。	
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は依然として高水準で推移しているものの、パート求人も多い。前年比での求職者の減少傾向が続いていることもあり有効求人倍率は高水準となっているが、状況的には緩やかな下向きとなっている。	
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・食品製造、販売業では、原材料や包材に円安の影響があり、収益は減少傾向にあるとのことである。また、半導体デバイス製造業では主要顧客からの受注減や工場売却により、更に厳しい状況にあるとのことである。	
悪くなっている	—	—	—	