

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	-	-	-
	やや良く なっている	スーパー（経営者）	お客様の様子	・想定より消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、反動も大きい。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・春になり来客数がかかなり増加している。来客数の前年比も競合店の閉店に伴い良くなっている。冬に比べて経費もかからないので利得的には大きい。
		家電量販店（従業員）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、来客数及び売上は前年より少ないが、掃除機やパソコンの高付加価値モデルがよく売れている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は新規契約が少ないが、前月の消費税増税前の契約分を今月に納品しているので売上は保たれている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今年雪解けが早かったため、客の動きも例年より早い。消費税増税の影響を懸念したが、飲食店などへ足を運ぶ消費者も増加傾向にあり、それに伴い全体的な販売量も増えている。特に今月はビール類の販売量が増加している。ただ、状況がいい店と悪い店の差が更にはっきりしている傾向がみられる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前より予約客がかかなり増えている。例年ならゴールデンウィークの後にはあまり予約はないのだが、今年は予約がぼちぼち出てきているし、ゴールデンウィーク前の1週間も来客数がかかなり多くなっている。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・消費税増税の影響で販売量の減少が予想されたが、販売動向としては例年並みとなっている。単価を落として販売量をある程度確保できたので、収益的にはやや厳しいが何とかかなりそうである。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・桜の開花がゴールデンウィークにかかったため、今月は休みの並びが良くなかったがそれなりの人出がある。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で3月の売上は25%増となったが、今月は15%の減少が生じている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・暖かくなり人出がある割に単価が低い。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今年になってから、売上が前年を上回った状態が続いている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・売上は消費税増税前の駆け込み需要の反動で前年比75%ほどだが、客の買物の仕方を見ているとそれほど悪いわけではない。3か月前も良かったが、現在も良い傾向にあることは変わっていない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・消費税増税前に駆け込み需要が多かったアイテムは、前年を下回る予測どおりの動きである。しかし、増税前に買いそびれてしまったという客の動きが売上に結び付いていることが多い。それぞれのライフスタイルに合わせて買物を楽しむ様子は、思ったより増税を意識させない。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・4月の既存店推移は、前半が消費税増税の反動で前年比2けた減から始まったが、食品を中心に中旬以降前年推移に近づいている。売上月累計ではまだ前年まで至らなかったが、推移的には戻している。平均1品単価は、前年比推移が前々月まで同様で、買上点数が減少した分売上が前年に至っていない。消費税増税の影響を差し引くと傾向はほぼ同じである。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・販売量が消費税増税前の水準に戻りつつある。	
	コンビニ（店長）	単価の動き	・消費税率が3%上がった分、単価を下げた買物をしている様子が見受けられる。	
	コンビニ（店長）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がみられたが、次第に状況も改善し、前年実績程度まで水準が回復している。	
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月の売上は減少している。	
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2、3月は来客があったが、今月は1月同様に来客が全く無い。	
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で商品購買力が落ちている。	

家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ている。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・土日の来客数がかなり減っている。
自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要による車検があったため、今月の在庫数が少ないようである。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	来客数の動き	・新規客の動きがない。いまだ前月までの受注を処理している状態であり、売上に変化がなく厳しい。
その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の反動が大きい。客単価は上がっているが、来客数が大きく落ち込んでいる。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が少なからずあったので反動を心配していたが、今月の売上はそれほど落ち込んでいない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が3月末にあったため、ガソリンの販売量は前半は減少したものの、半ば以降は平年並みに戻ってきている。タイヤなどの高額商材も前月に買った客が多く、例年と比較して販売量は減ってきている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し減少している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・イベントについては集客がはかられたが、一般客の来店状況はさほど良かったとはいえない。しかし、消費税増税による落ち込みはあまりなく、状況としてはあまり変化していない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・今月は花見の影響が宴会なども少なく、花見客の流入も無かったため、あまり良い状態ではない。フリー客自体も少ない状態で、何とか、ある程度の来客数で数字を上げている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3、4月は歓送迎会のシーズンだが、観光関係の歓送会は多々あるものの、一般企業の催しはほぼ無い。かろうじて家族客や小団体の客で埋め合わせをしている。館内の華やかさはほとんど無く、売上も伸びない。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・本来は1～3月は忙しい時期だが、前年の実績を下回った状況が続いており、今月も一進一退が続いている。来客数の減少が続いているのでかなり厳しい状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ホテル部門やレストラン部門は想定していたよりも大きな落ち込みはみられなかったものの、デリカ部門の落ち込みは想定以上となっている。宴会部門はお祝い関係の会合があり、法人関係のマイナスをカバーした形となっている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税に伴い、メニュー内容も増税分の値上げを実施したが、宿泊数、宴会数、レストラン来客数に変化はみられない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に、特に動きは見受けられない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・復興関連業種からは継続的に好況感がうかがえる。しかし、その他の業種は客との商談においても好況感及び設備投資意欲はうかがえない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税後は、顧客のコスト削減要求が多くなっている。
観光名所（職員）	来客数の動き	・前年の4月は天候に恵まれずに来客数が少なかったため、今月の来客数の増加が景気によるものか、天候に恵まれてのものなのかの判断が難しい。客単価は消費税増税分以上に上昇しているため若干は良いが、3か月前より良くなったとはいえない。
遊園地（経営者）	来客数の動き	・4月のゴールデンウィークの休みが飛び石で、前年の3連休に比べ日程が悪かったが、1か月を通して比較的雨が少なく、例年並みを確保している。消費税増税前の駆け込み需要がなかったせいか反動も出ていない。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・来客数は変わらず多いが、成約率は下がってきている。客1人当たりの販売額は依然として高い水準を維持している。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・状況はほとんど変わっていない。

やや悪く
なっている

商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による好影響の反動は懸念されたとおりである。特に高額商材とは全く関連のない一般生活品扱い店では苦慮しているようである。
商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要時の各商店の売り込み姿勢に比べ、4月はあきらめに近い弱腰感がうかがわれる。商店街への来街者数も2割程度減少している。消費税増税への過剰反応のようにも見受けられる。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は多少あったが、ベストセラー本が無かったこともあり、全国同様厳しくなっている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月は売上、来客数ともに震災後最も悪い数字になる見込みである。特に来客数の落ち込みが顕著となっている。しかし、消費税増税前に危惧したような極端な悪化は避けられている。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、前月よりも販売量、売上ともに激減している。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、高額商材や化粧品、消費サイクルの長い肌着類に落ち込みがみられる。ただし、そのなかでも新しい商品、ファッション性のある商品、希少性の高いものなど客のニーズにあったものは売上が出ている。しかし、全体的に見ると消費税増税の影響をカバーできていない。
百貨店（買付担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ていて厳しい状況である。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税によるマイナスの影響が、3月の駆け込み需要のプラスの影響を上回り、トータルでマイナスの状況にある。特に、4月第1週の来客数及び販売点数に大きな影響が出ている。
百貨店（経営者）	来客数の動き	・高額商材や化粧品などを中心に消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、来客数は減少している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・客にメリハリ消費の傾向がうかがえる。また、買い控えが起きているなど、消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が大きくなっており、買上点数が減少している。
スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税後の客単価は予測以上に減少している。ただし、生鮮品を中心に回復傾向がみえ始めている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税に係る買い控えが予想以上に長引いている。食品への影響は短期と捉えていたが、1点単価は前年並みだが買上点数が浮上せず、増税に伴い不必要な物はできるだけ購入しないという意識が強く働いているようである。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数に変化は無いにもかかわらず売上が減少している要因は、客単価と買上点数の減少である。特に客単価は前年比91%と大きく割れている。消費税増税の影響が出て、締め気味になったとみられる。
コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税の影響は思ったよりもない。しかし、競合他社の出店が続いており、厳しい経営が続いている。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・消費税増税後の客単価の低下が著しい。夕夜間の買上点数が少なくなっており、客の買い控えがうかがえる。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・消費税増税後ということで、たばこを中心に高単価商材が厳しくなってきた。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3月の駆け込み需要があまり多くみられなかった割に、消費税増税後の反動が大きく、来客数は前年より15%ほど落ちている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・消費税増税前と比較して来客数は増加傾向にあるが、高単価商材の動きが鈍くなってきた。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・4月に入りサービス在庫量は前年並みであるが、新車関係の来場者は激減している。消費税増税前の駆け込み需要の反動で、受注ベースで2割、販売ベースでは3割を超える減少が続いている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の前後から新車受注が激減している。また、中古車販売やサービス在庫も落ち込み始めている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がもろに影響している。

乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・来客数が通常の4分の1まで落ち込んでいる。	
乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・消費税増税を境に来客数がめっきり減少し、車販客のみならず修理などの在庫客数も減少している。	
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で3月の販売量は前年比220%であったが、今月に入ってから反動で前年比50%で推移している。商品の値段や経費がじわじわ値上がりしている。	
その他小売 [ショッピング センター](統 括)	お客様の様子	・来客数や売上が前年比90%程度で推移している。特にアパレルショップの売上の落ち込みが大きい。また、レストランは消費税増税対策で新規メニュー開発などの対応策を取り、数字が好調であるが、カフェ、ファストフードは売上が減少している。消費税増税の影響はかなり大きいものであることを痛感している。	
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・消費税増税を含めた諸々の値上げの影響で、来客数が減少している。	
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・4月前半は消費税増税の影響もあってか来客数が伸びなかった。後半になり徐々に回復の傾向がみられる。	
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・東北最大級のショッピングモールができたが、ショッピングモール自体に人がきてもそれ以外の店には立ち寄らない人がほとんどで、地元の店全体が打撃を受けている。ショッピングモールも、人は集まっているが遊びに来ているだけで、実際に買物している人は少ないようなので、景気回復のカンフル剤の役割を果たすには程遠いようである。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・一般宴会は以前からの予約、4月であれば2月までの予約で回っているため、消費税増税があってもそれほど大きな動きはみられない。予約状況については一般の宴会は悪くないが、披露宴などの婚礼の部分で伸びがみられない。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・4月に入り全部門で来客数、売上ともに前年を下回っており、厳しい数字となっている。	
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・消費税増税の影響もあり、3月は例年よりも売上が良かったが、4月に入り前年比は目標まで届いていない状況である。	
タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税により、客は料金が非常に高くなったというイメージを持っているようである。	
タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税後の乗客数は、特に長距離客数が減少している。ゴールデンウィークにむけて節制しているのではないか。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、前月よりも消費が落ち込んでいる。	
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・消費税増税後、新規加入の客が減少し、解約する客が大幅に増加している。消費税増税に伴い、利用料金の見直し、節約などによって予想以上の解約申請が続いている。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来客数が減少している。外的要因としては、消費税増税の影響で物価が上昇したことによる消費の落ち込みがあるとみられる。	
美容室(経営 者)	来客数の動き	・来客数が、前年比、前月比ともに1割前後減少している。	
美容室(経営 者)	お客様の様子	・最近になり、パーマやカット料金の問い合わせの電話が多くなっている。行きつけの店より少しでも安い店を探すようになったのではないか。	
その他住宅[リ フォーム](従 業員)	来客数の動き	・受付件数が伸び悩んでいる。	
悪く なっている	商店街(代表 者)	それ以外	・商店街に空き店舗や閉店が徐々にではあるが増えている。
	一般小売店[医 薬品](経営 者)	来客数の動き	・消費税増税により15日くらいまでの来客数は前年比20%減で大変悪い状況であったが、その後、給料日を境として25日以降は何とか前年比10%減にとどまっている。
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・月初を中心に消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、売上が低迷している。特に、化粧品、宝飾時計、ブランド品の落ち込みが大きい。ただし、月後半から天候が安定していることもあり、婦人服、紳士服を中心とした衣料品の春物、初夏物商材に動きがでてきており、反動による落ち込みに歯止めがかかりつつある。

		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・月初は当社の開店記念セールでにぎわいを見せたが、売れるものは特別提供品やお買い得品ばかりである。消費税増税は関係なく買物をする客もたくさんいる一方で、会話の端々に「8%になったから」という声が聞かれた。セールへの関心は通常月よりもかなり反応はよかったものの、消費税増税の影響で売上は前年をクリアしていない。特に後半は来客数も厳しく、ゴールデンウィーク前半のにぎわいは見られない。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響で、全体の売上は前年比約2割低下している。衣料品などファッションアイテムは影響が少ないが、消費税増税前の駆け込み需要があった高額商材、化粧品などの影響が大きい。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要があった食料雑貨品などの売上が低迷しており、消費税増税後は来店頻度、買上点数ともに97～98%台まで低迷している。前月と比較してマイナス6～7%と影響は大きい。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・天候が比較的良いためか、だんだん持ち直してきてはいるが、消費税増税が始まった月なのでかなり落ち込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数が10%以上減少している。また、客単価についても特にたばこの買い控えがあり低下している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税の前後で来客数の増減がない。ゴールデンウィーク目前でも来客数の動きがみえない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後は来客数が減少している。また、来店しても買物につながらない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動か、増税前に売れた礼服やスーツの売行きが思わしくないほか、40～50代といった年代層も今月は全く動いておらず、その分がぼっかり穴を作った状態で苦戦している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、来客数が前年比20%減少している。さらに、クールビズでスーツが売れなくなっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・パソコンに関しては引き続きウィンドウズ8への買換え需要があり、前年を上回っている。冷蔵庫やエアコンの需要は消費税増税の影響で減少しており、特にエアコンは今月になり極端に減っている。ただし、当初予定していたよりは悪くなく、売上は前年比85%ほどとなっている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の3月に耐久消費財の駆け込み需要があり、その反動で来客数及び販売量が半分以下になっている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税などもあって家計も苦しく、給料も増えていないようである。そのしわ寄せが飲食業にきている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上共に過去最低の状況である。客が0人の日が5日も発生している。消費税増税前の駆け込み需要で、宿泊レジャーに回るお金が減少し、地域の他の観光施設も軒並み売上が減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・レストランは消費税増税の影響を受けているのか、来客数が前月に比べやや鈍い。一般宴会及び宿泊部門も今月に入ってから全く伸びる気配がなく、年度初めから厳しいスタートが決定的となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税後、急激に乗客数が減り、その状態が続いている。
企業動向関連 (東北)	良くなっている やや良くなっている	-	-	-
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き販売が好調で前年を上回っており、計画達成は確実である。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の余波がまだ残っており、景気は良くなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・円安などの影響で、受注が国内にやや戻ってきている状況がみられる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の新製品開発のサイクルが短くなってきている。

	建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇と技術者不足などから、価格と施工時期を判断のうえ入札参加案件を選別せざるを得ない状況が継続している。厳しい工事の受注が少ない分、損益回復に寄与している。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・マインドが改善してきており、少しずつ前向きな資金需要が出てきている。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税に伴う印刷物などの表示表記変更の仕事があり、非常に忙しかった前月に続き、今月も若干忙しくなっている。
	公認会計士	取引先の様子	・3月は消費税増税前の駆け込み重要で小売業関係などは売上が増加している。建設業関係は3か月前とさほど変わらず推移している。
	その他企業【工場施設管理】（従業員）	取引先の様子	・新規顧客を獲得し、取引が少し活発になってきている。
変わらない	農林水産業（従業者）	それ以外	・消費税増税となったが、果物農家の販売はこれからのので、今のところ景気に変化はない。ただし、農家の人は全般的に消費の手控えをしている。
	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・米の取引業者からの精算金の入金が遅れている。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・牛タンの人気は相変わらず良い状態が続いている。お土産やレストランも、まずまずの良い結果が出ており、売上也順調である。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で駅内売店の売上が減少している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上が前年を上回っている。
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年度の予算にあった発注はまだない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業他社では消費税増税後に受注量が減少している話を聞くが、当社では消費税増税前と同じように受注量は順調に推移している。
	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度初めで官公庁からの発注がまだ本格化していないため、変化はない。発注が年度をまたいでいる案件もあるが、全体的な数としてはそれほど多くない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の状況に大きな変化はみられない。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の財務状況に特段の変化は無い。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・売上高に変化は無い。
	経営コンサルタント	競争相手の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
	その他企業【企画業】（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・主要得意先であるエネルギー関連企業の予算削減が継続している。
	やや悪くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き
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、消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が出てきている。それに加えて新興国経済の陰りによって、輸出環境がやや悪化してきている。
通信業（営業担当）		取引先の様子	・受注量の増加に比例して価格の低廉化を求められているため、受注平均単価は低下傾向にある。
通信業（営業担当）		取引先の様子	・消費税増税による買い控えがみられる。
広告業協会（役員）		それ以外	・消費税増税後も新聞、テレビ、ラジオなどのマスコミ媒体の引き合い状態は引き続き変わらないが、折込広告、交通、屋外広告などは売上が前年比20%前後落ち込んでいる。
広告代理店（経営者）		取引先の様子	・消費税増税の影響で、今月は受注量が前年比20%程度低下している。
司法書士		取引先の様子	・工務店などから、消費税増税後の新規注文が減少しているとの声が多く聞かれる。
コピーサービス業（経営者）		受注量や販売量の動き	・消費税増税もあり、例年に比べると小額な商品を中心に動きが少なくなっている。前年比では20%くらい少なくなっている。

		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	・消費増税の影響により、出荷が伸び悩んでいる。前月の駆け込み需要が思いのほか少なかったにもかかわらず、出荷先での在庫滞留も見られ、注文も減少している。
	悪くなっている	その他非製造業 [飲食料品卸売業] (経営者)	受注量や販売量の動き	・前月の消費増税前の駆け込み需要の反動で、今月は数字が非常に良くない。
雇用 関連 (東北)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・震災復興に関連した仕事が増えている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・製造業に加え、サービス業の求人広告申込みも増えてきている。
		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月を上回るとともに、正社員求人の比率も高くなっている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は平成24年10月以来の3,900人台となっており、これは最近では平成24年10月と平成26年3月のみである。消費増税前の駆け込み需要により、製造業は50%増加。サービス業は65%増加となっており、この2つの業種の増加が目立っている。
		職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・常用就職の就職者数はわずがずつ増加傾向にある。
		民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人数が増加している。前年よりも回復傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・年度末需要が例年になく低調で注文が半減し、成約率も1割台と不調で好材料に乏しい。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・来年4月の新卒採用の最終選考及び内定出しが大詰めになっているが、ほぼすべての業種で新卒採用の予定人数が前年を上回っている。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は堅調に推移しているが、大きく増えてもいない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・新聞求人広告は増えていない。被災地復興関連や、内陸では流通、飲食などで求人需要が高まっているが、求人募集に対して人が集まらない。市中心部でも、従業員が確保できず閉店する飲食店が出てきている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は増加しているものの、全国平均には及んでいない。また、正社員以外の求人の割合が高い。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は増加しているが、ここ2か月は前年比2けたの増加であったのが、3月は1けたの増加にとどまっている。また、求人数の増加に伴い、在職中の転職者が多くなっており、求職者全体に占める在職求職者の割合は49.5%と高くなっている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は9か月連続で増加しているが、引き続き労働者派遣業の求人によるもので、特に状況は変わっていない。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・管内の月間有効求人数は前年に比して微減が続いているが、有効求人倍率は0.9~1.0台、新規求人倍率も1.3~1.4台が続いており、特段の変化は見受けられない。
やや悪くなっている	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・消費増税前の駆け込み需要の反動で、求人数も前年比1割減となっている。ただし、最悪の想定である2割減までにはいかず、業種によっては前年同様の数の求人申込がある。	
悪くなっている	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・消費増税による景気の落ち込みがうかがえる。	