

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	衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き	・2月よりは来客数、販売量共に増えているが、例年に比べると全体量が減り、悪い。
		その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	販売量の動き	・3か月前の売上高は前年比が97.3%と前年割れを起 こしていたのに対し、当月は、前年比108.0%と前年 を大きく超過している。
		旅行代理店（店 長）	販売量の動き	・3月中旬から、確実に売上が上がっていると同時 に、法人需要にも動きがみられる。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	来客数の動き	・当市の中心部に限れば、なぜか人出が増えている。 来街者の数が増えており、サービス、物販共に好調を 持続して、被災地復興バブルは更に続きそうである。 特に高価格帯と低価格帯が良く、中間帯に元気がな いようである。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・来街客数が増えてきている感がある。飲食店では新 規開店もあり、客単価も上がっているようである。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・東北を中心とした大型観光キャンペーンの効果と、 前年の福島第一原子力発電所事故の影響で修学旅行を 中止した学校が再開されたことがプラス材料となり、 にぎわい感が増している。
		一般小売店〔書 籍〕（経営者）	単価の動き	・4月は3月の揺り戻しがあり、店頭販売は少し厳し い状況がある。5月は曜日の関係があるので、計数は 低いですが、客単価、その他からやや持ち直しの様子 がうかがえる。
		一般小売店〔寝 具〕（経営者）	お客様の様子	・寒さも落ち着き、客の購買意欲が増してきている。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・5月は社会行事が多く、前年震災で自粛ムードが強 かった分、今年はその反動から来客数は好調に推移し ている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数が増加し、それに準じ て売上もアップしているが、一方では、客単価が96% 台と低下している。客単価の低下は今年になって初め てであり、不安を残す結果となっている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・天気が良くなった分、連休などもあり、人の動きが 活発になったので、来客数が増えている。
		その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（営 業担当）	販売量の動き	・前年は震災の影響で買い控え等の動きがあり、多少 我慢して購入を控えた感があるが、今年は買換えが集 中したようである。
		観光型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の1周年も過ぎ、いろいろな面での回 復が見られつつある。具体的には同期会等、前年は中 止されたものの利用が見られるようになったというこ とである。また、ここに来て、ガソリンの値下げも、 少しではあるが来客ということに対しては良い方向に 向かっている。
		観光型旅館（ス タッフ）	販売量の動き	・商品の販売単価は厳しい状況が続いているが、販売 量は安定している。先の予約についても件数は順調に 増加してはいるが、ほとんどの予約が募集型であるた め、実際の販売量については不透明である。状況は良 くなってきているが、まだ安心はできない。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・桜のシーズンは爆発的ではなかったものの、その後 も気候が安定していることと、秋田市内に新しく商業 施設が完成する予定もあり、来客数は何となく増えて いるように見える。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客に乗ってもらっても暗い話がない。乗客も途切れ ることがない。客の話だと、景気が良くなったとい うよりも、今まで通りの状況になったということと言 っている。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・当県は復興の兆しがみえ始め、住宅やインフラ関連 の需要が高まっている。関連する客が機種変更などで 来店することも多くなっており、来客数も落ちていな い状況である。最近の動きとしては良い傾向にある。
		通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・4月の勢いはないものの、全体的に景気上向き傾向 の感がある。
		通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・震災の影響も一段落している。客足が動きだし消費 者の購買意欲が向上してきている。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・理由は不明だが、販売量が増えている。

	観光名所（職員）	来客数の動き	・予約等は3か月前とさほど変わらないが、土曜・日曜、天気さえ晴れば、フリーの客が大分来ようになっている。3か月前よりも状況は良くなっている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・最近暑くなると、カットをされる客が増えてきた。季節の変わり目は、美容室に足を運ぶ方が多くなるので景気は上昇中である。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・来客数、販売単価、販売量、いずれも回復基調にある。前年同期よりは120%、3か月前との比較でも110%の業績である。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・RC賃貸マンション等の受注が出てきた。
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年の今の時期とは違い、風評被害、不安も消えているが、まだまだ先行き不安が募っており、需要や消費の動きが非常に鈍くなっているため、2、3年前のような水準にはなっていない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・客のタクシーの運転手の話では、深夜は震災前の非常に静かな状態に戻ってしまっ、営業がなかなか上がらないとのことである。やはり不景気なんだということをお店に来るたびに話している。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・前年と比べ、販売数の動きが悪くなっている。薬はあまり変わらないが、化粧品に波があり、売出しの日が集中するが、平日に売上をとるのがなかなか難しい状況である。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・店頭売上、来客数共に、3月、4月はやや持ち直す方向であったが、5月は特に下旬にかけて来客数も単価も悪くなっている。月全体としても震災後の悪い水準に戻ってしまっている。
	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るものの、商品の入荷が少ない状態が続いている。販売量、売上共に横ばいで推移している。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前年の震災需要の影響から食品、家庭用品の動きが落ち着いてきており、日によっては厳しくなっている。一方で、前年自粛されていたファッション系の動きが好調なものと、夏場に向けたクールビズアイテムも好調な動きとなっていることから、全体としては変わらない状況が続いている。
	百貨店（買付担当）	来客数の動き	・当県の復興需要は鈍化傾向にあり、沿岸地区からの来客数が減少している。
	百貨店（売場担当）	それ以外	・今月は、ゴールデンウィークの1週目はなんとか踏ん張り前年水準を維持したものの、2週目、3週目は夏物が続き夏物アイテムが好調だった前年と異なり気温が上がらず苦戦し、動員、売上は伸び悩んだ。また、4週目は天候が回復したものの負け幅が大きく、最後まで縮めることができなかった。最終着地は前年には及ばない結果となっている。
	百貨店（経営者）	お客様の様子	・震災特需の反動があった食品は厳しいが、旅行のための衣料品や鞆、靴、時計宝飾など、緩やかではあるが支出への余裕が出てきている。ただし、上昇もしくは維持するには材料に乏しく、いつ下降してもおかしくない状況である。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・目先の変った商品を仕掛ければ売れるが、定番品は価格で左右されている。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・前年比でみると、1品単価が若干上がったため客単価も同程度アップしている。だが、来客数及び買上点数の推移は共に前月とほぼ同じである。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数と売上、共に以前の状況と変わらない。
	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・無駄な買物を避けているようで、全体的に販売量が減っている。客の購買意欲も低下している。
スーパー（販促担当）	単価の動き	・特に露地野菜、山菜についてはセシウムの数値に敏感になっており、販売数が大幅に減っている。まだまだ震災の影響は続くとみられる。生鮮食品の売行きが回復するには時間が掛かる。また、競合店との価格競争で客単価が下がっている。	
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・震災後1年が経過し、震災直後の購買意欲に比べると、かなり落ち着いてきている。前年比は94%であり、客単価も前年を割っている。特に今月は自動車税をはじめ、出費が多いせいか、購買意欲が低下している。特に主婦層は堅実で必要最小限の買物をしている。	

コンビニ（経営者）	販売量の動き	・依然、前年比は高水準で推移しているものの、100%に近づいてきており、どこで下げ止まるかわからない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後半とそれ以降の悪天候で伸び悩んだこともあり、良いという印象はない。ただし、米飯や調理パン、飲料等の主力商材の動きは悪くないため、単純に悪いというわけでもない。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・販売を強化したファーストフードの売上が伸びていることに加え、惣菜や青果の品ぞろえを拡張したことで、新たな顧客を呼び込みつつある。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・新卒採用は雇用拡大で増加したが、家電及び弱電業界は人員整理で今後失業者が増加することが予想される。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・クールビズ需要で、ジャケット、スラックス、シャツ、 Poloシャツ等が動き出し、気温の上昇とともに夏物商材が動き出しているが、気温が不安定で、4月のような気候であり、気温が2、3週間ずれ込んでいるのが不安材料である。
家電量販店（店長）	単価の動き	・当県では復興需要がうかがえる。家電製品のテレビなどの販売量は減っているが、白物家電といわれている冷蔵庫、洗濯機の買換え需要は引き続き堅調である。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月の新車販売はエコカー補助金、新型車効果、復興需要の発生で、前年比では50～60%アップで推移しているが、受注レベルでは前年実績を下回る状況である。エコカー減税、エコカー補助金による需要環境もほぼ一巡したためか、特に法人需要でその傾向が強く感じられる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年末からのエコカー補助金効果で堅調な新車受注状況が続いている。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・依然として受注客の多くが購入理由にエコカー補助金を挙げている。しばらくはこのまま好調が続くであろう。
自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・悪かった前年と同等の売上を何とか確保している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・人の動きが出てきた状況を客の話からも感じることができる。その流れに上手く乗り売上を伸ばしている所と、好機をうまく生かせずぎりぎり耐えている所の差が大きくなっている。結果、全体的にみるとプラスマイナスゼロという状態である。
その他専門店〔食品〕（経営者）	お客様の様子	・新学期の準備なども一段落し、特需効果も薄れてきている。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・連休中を含め、前年からは回復しているが、前々年と比べても低調と言わざるを得ない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	単価の動き	・ガソリンの販売量が前年を割っており、その影響で販売価格を下げ販売量の確保を図ろうとする動きが出ている。そのため、全国平均販売価格より局地的に10円も安い単価で販売されており、販売業者の収益を圧迫している。その影響からか地元石油販売業者の大型倒産が出てきており、影響が懸念される。倒産業者が発行しているプリペイドカードの問題が顕在化する懸念もあり、行方が心配される。
高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・震災等も一段落して、特に目新しい材料もなく、あまり良くない低調なままの推移が続いている。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較して特に良くなったかといえばそうでもないし、悪くなったかというところでもない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・今月は特にゴールデンウィークの後が非常に悪過ぎた。後半盛り返してはきたものの、来客数、販売量共に通常よりはやや落ちている状況である。2、3か月前と比べるとそれほど変わっていない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・前年比20%減で、震災前に戻ったような感じである。ゴールデンウィークも良かったのは数日に限られた。客層も公的な研修旅行が主である。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・平日の客の動きが非常に悪い。土曜日でも空室が出るような状況になってきている。

都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊に関しては、前年から堅調に推移している。宴会関係については、総会シーズンなので、前年とは全く比較にならないほどであり、前々年と比較してもほぼ同数でいただいている。それに伴い、料飲施設も同様である。ただし、若い方を中心にした婚礼の動きが芳しくないために、総体的には変わらないという判断をしている。ただ、全体的な動きとしては、良い状況で変わらないという判断である。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・直営の割烹は、接待を目的とした法人利用が多かったが、夜間帯への個人客利用促進を図るため、4月からお手頃価格のランチタイムを新規オープンし連日満席が続いているが、今のところ誘客効果は出ていない。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・震災の復興特需が落ち着いてきている。今月までは法人需要も過去の売上を上回る状況となっている。しかし、来月の先行予約状況は過去の状況とあまり変わらない入込で、レストラン等の個人需要は前年比を下回る状況が出始めている。	
旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・前々年度比でも、来客数及び売上が良くなっている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず夜間の客は少ない。それでも、ゴールデンウィークはそこそこ客はあったが、ゴールデンウィーク以降の客足は全くなっている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・ほとんど変わらない。相変わらず消費購買が低迷している。大きなヒット商品もなく購買が控え目な状況である。東日本大震災の復興も進まず、各自治体の動きも危機感を失っている。被災地の雇用も進まず検討課題となっている。企業誘致も原発の影響でなかなか手を上げる企業がない。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の業種等にもよるが、設備投資意欲等の状況が少しずつ改善している企業も出てきている。	
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客との商談から、好況感や設備投資意欲は相変わらずうかがえない。報道されている通り、一部の業種では特需影響の売上好調は聞こえるが、その他の業種では相変わらず停滞気味である。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・連休明けから、客の新規加入意欲も停滞気味で、契約解除の客が若干増えている程度である。	
テーマパーク (職員)	お客様の様子	・震災復興を支援する客が引続き来ている一方、低単価志向の震災前の通常の客層も戻ってきており、買上点数の減少もみられる。	
観光名所(職員)	来客数の動き	・来場者数は前々年程度までは戻っている。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数ということで、前年の震災と比較すれば当然伸びてはいるが、前月比でいうと伸び率は若干下がってきている。そういう意味で、良い状況ではなく、震災後の回復した部分で数が増えているという状況である。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・仕事がどんどん入ってくるような状況ではなくなったが、住宅関連の仕事は続いている。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・景気が悪いということではなく、消費の絶対的な量が少なくなってきた。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街に客が来ない。イベントでの集客はややあるが、日常の購買意欲が低下している。
	一般小売店[酒](経営者)	販売量の動き	・3か月前は前年より売上は良かったが、今月は売上が伸びていない。
	一般小売店[スポーツ用品](経営者)	来客数の動き	・店頭販売が悪い。在庫を減らしているのが原因か、他の要素があるのかが、読み切れていない。同じ商店街の他の店主も同様のようである。
	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・販売点数、客単価が伸び悩んでいる。
	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・震災後のリビング用品の買換え需要が減っている。また、前年多く見られたゴールデンウィーク期間の食料品のギフト需要も大きく減少している。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・月計の売上前年比はプラスで推移しているが、2月までの前年比2けた増の勢いは無くなっている。先月同様、前年の震災特需で売上を伸ばした食品、生活用品が苦戦している。一方でハイエンド商品は引き続き好調である。

百貨店（経営者）	来客数の動き	・月の前半の低温により、初夏物季節商材の動きが悪く苦戦している。中旬以降も株価の低迷等により、富裕層の来店が減少している。3か月前よりもやや市況が悪化している状況である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店のチラシ価格、ディスカウント攻勢が激しくなり、集客に影響が出たことにより、売上作りが難しくなっている状況にある。また、買上点数も前年に比較してダウンの傾向にある。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客の動きが鈍くなっている。建設関係はある程度動いているが、小売店関係は厳しい面がある。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の震災特需の反動から、ゴールデンウィーク明け以降、来客数の伸長が鈍化し始めている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の震災需要も一巡している。前年度は商品供給において、当チェーンが他チェーン及び他業態に勝っていたことから、当チェーンに来店される客が多かった。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・復興支援や復興需要が一段落したムードがあり、自店も、競合店においても前月に比べ売上が落ちてきている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年からの震災特需はほぼ一巡し、前年と比べると礼服の客や、スーツをとりあえずそろえる客が激減している。客の様子を見ても、最近忙しいですかと聞くと、大分落ち着いてきたという声が多く、正直、今まで客の来店に勢いがあったものが大分落ちてきているという状況である。前年に対してかなり厳しい状況が続いている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・なかなか暖かくならず、不安定な天候にも左右されているのか、来客数が少ない日が多くて苦戦している。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・改装セールを4月に前倒しで仕掛けたことに加え、前年と比較してクールビズセールの需要が盛り上がっていない。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・季節商材は長袖から半袖に切り替わる時期だが、来客数及び買上点数が不振である。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が増えてこない。また、季節商材の動きが鈍化している。
家電量販店（店長）	単価の動き	・テレビを中心に、エコポイントの先取り需要が一段落し、回復の兆しが全くみえない状態である。白物家電がやや好調に動いてはいるが、前年に及ぶ数字ではない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車効果はやや薄れかけてきた感がある。新規来客数は減少傾向にあり、他社との競合も増えてきている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3月まではエコカー減税の対象車種がかなり多かったため販売も伸びていたが、4月からは対象車が少なくなり、販売量が落ち込んでいる。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・追加の広告を出し回復を試みているが、前年よりも客数及び客単価が落ちている。
住関連専門店（経営者）	単価の動き	・仏具等の細かい物の販売は毎月と同じくらい売上が上がっているが、単価の張る大きい商品の売上が少し落ちている。
その他専門店【パソコン】（経営者）	販売量の動き	・とかく受注が減ってきているのが現状で、客や取引先間で予定より控えているように見受けられる。
その他専門店【靴】（従業員）	販売量の動き	・気温が低く、雨の日が多かったため、夏物商材の売行きが鈍い。
高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・震災をきっかけに景気が良くなった人、悪くなった人の格差がはっきりとしてきたようである。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数は2～3割減っている。5月は毎年そうであるが、例年よりも少ないようである。
一般レストラン（経営者）	それ以外	・当店の売上は下がっていないのだが、何社かある仕入先の話の聞くと、周りのほぼ全部が暇で仕事が無い状態にあるという所が多い。それを考慮すれば、全体の景気は下がっているということになる。

		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・例年ゴールデンウィークと母の日の曜日の配列により売上状況に差が出てくる。ホテルではゴールデンウィーク明けは落ち込みが大きく、毎年の課題であるが、今年も厳しい展開であった。震災後1年が経過したなかで動向が注目されたが、ゴールデンウィーク期間を含め、人の動きは前年を下回り、利用人員、売上共に前年未達となっている。個人消費の低迷がはっきりと浮き彫りになっている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・個人旅行の需要は堅調だが、団体旅行の需要が4月に入ってから鈍化してきている。これは、震災復興の予算がまだ下まで降りてきていないという状況ではないかとみている。
		タクシー運転手	単価の動き	・客は少しでも安い車を選んで乗っている。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークが近年にない悪天候となり、大きな打撃となった。学校、団体の回復も途上で、震災前に比べて3分の2の水準にとどまっている。
	悪く なっている	スーパー(経営者)	競争相手の様子	・大手量販店のデフレ価格の進行はより一層厳しくなっており、価格競争が一段と激化している。
		住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・今月は客の様子もそうだが、販売量が大幅下がっている。店舗のリニューアルということもあるが、低価格商品はある程度販売可能であったものの、高額商品がなかなか売れず、量も減っている状況である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークがあったにもかかわらず来客数は非常に少なく、困った状態が続いている。客の財布のひもはかなり固いと言わざるを得ない。
企業 動向 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	土石製品製造販売(従業員)	取引先の様子	・以前より新規発注工事が増えてきたようである。取引先でも人員削減や、給与カットなどが少しずつ減ってきている様子で、景気は上向き傾向にある。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・住宅を建て替えるには資金的な余裕がないので、とりあえず部分的にリフォームをして生活するという風潮にある。
		広告業協会(役員)	それ以外	・小売店、耐久消費財などの販売が好調であることから広告業界も次第に明るさを取り戻している。特にテレビ広告は前々年の水準まで回復してきている。新聞、チラシ広告も旅行、フィットネスなどサービス産業が積極的に展開し始めている。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの決算状況から、建設関係はおおむね業績が好調に推移している。
	変わらない	農林水産業(従業者)	それ以外	・前年の農家所得は原発の賠償金が入っても例年の7、8割程度である。この金額では生活は厳しく、生産資材へ回す余裕はなかなかない。
		農林水産業(従業者)	それ以外	・大雪が農産物の作付けに影響するとみられたが、春先からの天候は順調に推移し、例年通りの作付けができています。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・お土産、レストランという分野で商売をしているが、外部から流入する客による復興特需がまだあるのと同時に、観光の後押しもということで当県に目が向いており、売上に繋がっている。
		繊維工業(経営者)	取引先の様子	・身の回りの様子を見ると、農業は放射線の問題により大変厳しい状況でしばらく回復は望めそうにもない。一方、建築、土木業等では震災復興、除染作業等で作業が大分多いようである。
		木材木製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の価格低迷により、収益の改善が進まない。
		出版・印刷・同関連産業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・印刷業について、同業の話によると、ここ3か月、売上高は減少したまま横ばいで、厳しさが続いているとのことである。
		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、自動車メーカーの震災後のバックオーダー解消に伴う生産増とエコカー補助金に支えられ、比較的好調に推移している。
		電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・今は復興需要がまだあるので、そこそこの注文が来ている状況である。
		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	・一時円安基調に移行し受注価格も改善方向となったが、最近になりまた80円台にとどまっている。

	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・一定の受注量は確保できているものの、資機材や労務単価の高騰などは依然として解消されておらず、景気の停滞感是否定できない。	
	建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・土木事業でがれき処理や除染作業が進むなか、建築事業では労賃等コストアップの影響から入札不調となる案件が見受けられる。	
	輸送業（経営者）	それ以外	・外貿コンテナ航路が一部廃止となり、代替輸送の見込みもあるが、以前の貨物が確保できるか不安なところがある。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・震災関連の条件付案件が見受けられ、必ずしも順調に受注できている状況ではない。	
	通信業（営業担当）	それ以外	・東北については震災復興が進んでおらず、いまだ復旧の状態である。電力会社の料金値上げ、消費税増税などの問題からも、日常の購買意欲は失われ、節約モードがかがえる。全体観としては名だたる大手電機メーカーでも人員削減と赤字決算であり、個々の生活レベルは格差が広がり続けている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・介護施設が増加しており、供給過多の状況になっている。	
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・大型連休時に観光客等が増加し、関連産業で増勢の動きが見られたものの、影響は限定的であり、基本的には特段の大きな動きは見られない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・チラシの折込依頼は多少波はありながらも全体的に増えてきている。来店する人や集金先からは、失業したまま、募集はあっても正社員ではなくパートなので再就職の決心がつかない、あるいは失業手当等では不安でお金に手を付けられないという声が多く聞かれる。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・社会環境が不安感に満ちており、それらを払しょくするような展望も見えない状態が続いている。	
	コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けは設備投資に急ブレーキがかかったような状態である。消耗品、小口の取引は動いているが、大口の設備投資に関する取引は皆無である。	
	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	・連休後、やや収まったかに見えた繁華街飲食店向けの復興需要は、その後回復を見せ、ここ数か月と同様、順調な推移となっている。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・大手ハウスメーカーを除く地場ビルダーの状況については、震災対応で前年秋から新築需要が目いっぱいある。地場は供給力に限度があるため、好況が継続している状態である。	
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・取引先の出入りの回数、納品の量も変化がなく、また、取引先の方に、景気について尋ねたところ、利益も忙しさも3か月前と変化がないと言っていた。	
	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は復興特需の要素が強く、前年比で売上が大きく伸びた。今年は前年の数字と比べると大きく下がっている。前々年と比べても良くない。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が伸び悩んでいる。東日本大震災による特需がなくなりつつある今後、プラスに転ずるかマイナスに転ずるか本来の状況がみえてくるのではないかと。
		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	・通常取引している定番の商品について、受注量が少なくなる傾向が続いている。
	悪くなっている	通信業（営業担当）	それ以外	・一般の方から耳にするのは悪い話だけである。
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・電力問題による節電等で、経費削減が強力に進んでいる。質よりもコストを取る傾向が更に進んでいる。
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）	周辺企業の様子	・人材派遣を含め、上級職や営業職の求人が増えつつあり、有料人材紹介の成功率が上がってきている。企業の採用意欲がおう盛で、かつ将来への拡販への先行投資型人材の囲い込みが活発である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・業種にばらつきはあるが、求人広告が増えている。しかし、雇用形態は正社員も若干増えてはいるが、大半がパート、アルバイトである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が増加し、有効求職者数が減少しているため、有効求人倍率は9か月連続で増加している。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人に関しては、相変わらず増加傾向にある。ただし、年度末は例年求人が増加する時期であることと、前年は震災直後ということもあり、なかなか比較が難しい状況にはある。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・緊急雇用対策の求人や新規開設の求人など求人数は増加している。一方、新規求職者は減少傾向が続いており、有効求人倍率も上昇している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人倍率が前年比で6か月連続、50%以上アップしているので、景気は良くなっているのではないかとみている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・スーパーや建設業など、来春に卒業する大学生を採用したいという中堅中小企業からの問い合わせがある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ゴールデンウィークをはさみ、求人が小休止状態に陥っている。今後、地元の流通等の活性化に期待が掛かるが、まだまだ正社員の採用に至っていないのが現状である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・景気が良くなっているという話は聞こえてくるが、実際の広告出稿に結び付いていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人の量は前年比微増だが、その要因は昨冬の雪害に対するリフォーム業界などの増によるもので、その他は前年と同じ水準である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の動向については、相変わらず復興関連求人が多くみられるが、一方で、有期求人に対する求職者の応募動向が低調なことに懸念がある。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数は増加、有効求職者数は減少を続けているが、有効求人倍率は一進一退を続けており、楽観できない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月連続、有効求人数は25か月連続で増加している。一方、新規求職者数は6か月連続、有効求職者数は28か月連続で減少している。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・復興支援関連業務がやや収束してきている。4月度の月次決算はほとんどプラスマイナスゼロで予想した以上に損益分岐点が悪化している。年度最初の決算からつまづいた。
	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・復興関連の仕事の受注がなくなってきた。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・円高に対応するための大手製造業の生産拠点再編により、下請け企業で大量解雇が生じることが予定されている。
悪くなっている	—	—	—