

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	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・来客数及び販売数は前年比110%程度となっている。前年が震災特需の只中にあったことを考慮すると状況はかなり良い。	
		一般小売店〔医薬品〕(経営者)	来客数の動き	・震災以来落ち込んでいた来客数や販売量が例年並みに戻りつつあり、ようやく落ち着いてきている。売上も前年を超えており悪くない。	
	やや良く なっている	百貨店(買付担当)	販売量の動き	・前月までの天候不順に比べ、6月は好天が続き、来客数が増えている。また、催事などの仕掛けも当たり、好調な数字で推移している。	
		スーパー(店長)	販売量の動き	・前年は震災による特需がまだ続いていた時期である。それに対して売上は前年比103%、来客数は同103.8%と前年実績を上回っており、比較的好調に推移している。	
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数が前年比105%と好調である。売上及び買上点数もプラスで推移している。夕方から夜にかけての客が増加している。単価の安い総菜の売行きが好調のようである。	
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金の駆け込み需要が始まっている。	
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	販売量の動き	・景気が回復したわけではないのだが、事務服の動きが前年に比べて良い。前年は震災の影響で事務服は買い控えのムードが強く、全般に良くなかったため単純に比較はできないが、今年の数字は良い。	
		一般レストラン(経営者)	単価の動き	・ボーナス月ということもあってか、客単価はいつもより少しだが上がっており、売上も上がっている。一方、来客数は増えていない。	
		観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・今月は前年比約30%増となっている。地元客と復興支援の客が半々である。主に建設関係と公的機関、団体で、特に1泊可能な関東圏からの客が多くなっている。	
		都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・大手電子部品メーカーの関連工場が撤退する一方、新たな企業の進出はなく、当県は非常に厳しい状態であるといえる。しかし、身の回りのものに目を向けると、大会が非常に多い月であり、一般の宴会も多くなっている。また、プレデスティネーションキャンペーンの年にあたるため、じわじわと観光客も当地を訪れているようである。また、鉄道会社の乗り放題企画の効果も非常に大きなものが出てきており、前年とは違う。客が動き出しているというのが実感である。	
		旅行代理店(店長)	販売量の動き	・当店もさることながら、周辺の販売店も好調である。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・今までは客を探して大変だったが、この頃は切れ目なく乗ってもらっている。	
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・小売店、旅行業界、建築機材等は上向きの傾向である。全体的にも回復に向かっているのではないかと。	
		テーマパーク(職員)	販売量の動き	・復興支援のツアー団体客が多い。復興のためにということで、買上点数も増えている。	
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	来客数の動き	・来客数、購入品数、成約価格はいずれも上昇傾向にある。	
		住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・不動産の動きが良く、大手、中堅ロードサイド店舗の進出予定が多い。	
		変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・個店、大型店、物販店、飲食店いずれも震災後の復興特需があった前年実績を上回るところはまれのようなのである。また、中元の足はかなり鈍いようである。
			商店街(代表者)	お客様の様子	・JRのデスティネーションキャンペーンが終盤を迎え、歓迎イベントもやや低調となり、ムードが一服状況となっている。
			商店街(代表者)	来客数の動き	・6月上、中旬は思ったより寒く、天候不順のため、客の流れ、人もいまいち良くなかった。電力不足の懸念やこれから先の需要不安、供給不安が募り、客の動きが停滞しているという状況である。
			一般小売店〔寝具〕(経営者)	単価の動き	・値の張らない2次製品は出るが、単価の高い商品の出が悪い。

一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・景気は特別良くもなく悪くもないという状況が続いている。
一般小売店〔スポーツ用品〕 （経営者）	来客数の動き	・先日バーゲンを実施したが、予想を大きく下回っている。市価の半額以下での販売でも客足が伸びない。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・高額商品の販売が好調で来客数も増加傾向にあるものの、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	・天候不順により、クールビズ関連のファッション商材の伸びが予想より鈍化している。店の仕掛けやイベント等できっかけ作りをすると、来客数も増え、消費に結び付いているので、消費意欲はあるようである。
百貨店（総務担当）	来客数の動き	・入店客数自体が前年をちょっと割り込むような形で推移している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前々年に対し2けた伸ばした前年の数字をクリアしており、景気は維持されている。ただし、震災特需のあった食品、リビングについては前年の数字をクリアできていないなど、カテゴリーによってばらつきが出てきている。
百貨店（経営者）	お客様の様子	・婦人、紳士の衣料品に回復の兆しがある。シニア中心だが旅行の動機で好調に上昇している。鉄道会社の乗り放題企画に合わせ購入が堅調だ。ただし、生活関連や食品は厳しさが継続している。鮮魚、青果の放射能不安から産地等にデリケートになっている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は安定的である。
スーパー（経営者）	単価の動き	・1品単価の前年比の伸び率はここ数か月同じ推移である。同様に来客数の前年比伸び率の推移もほとんど変わらない。しかし、買上点数の前年比伸び率は鈍化傾向である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数に合わせた形で日々の企画をしている。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・1品単価、客単価共に下がっている。買物は慎重になってきており、財布のひもが固いという状況である。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みで推移しているが、販売点数が前年を割り込んでいる。無駄な消費は抑えているようである。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温が前年に比べて低めに推移していることから、来客数や夏に伸長する商材の動きが鈍く、今一つの印象である。ただし、前々年と比較すれば伸長しており、極端に減っているわけではない。ブルーカラーを中心に、来店客の顔ぶれが変わってきているとの声は聞かれる。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・取引先の廃業等による仕入先の変更が品ぞろえに影響しており、何かと不便でコスト高になり安定しない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・地元企業の採用状況は比較的順調であったが、事業縮小や休業等で解雇者が増加している。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・住関連商品は好調に推移しているが、台風を始めとした不安定な天候が続いたため、夏物商材の売行きに勢いがついてきていない。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・梅雨明けの地域が報道されるようになり、半袖商材に動きが出ている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電業界は、前年と比べると震災後の復興需要等は見えるが、それでも夏物家電といわれるエアコン、扇風機については前年より需要が少ないようである。前年のエアコン、扇風機の販売量は震災後、販売量が伸びたが、このところ例年並みに戻っている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・世界情勢、国内情勢からも景気を刺激するようなニュースがない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金効果による大量の受注残を背景に新車販売は前年の40～50%アップで推移している。また、前々年を上回る勢いで推移している。しかし、新車受注ベースでは駆け込み需要はあるものの、伸びは鈍化しつつある。一方、中古車は前年の復旧需要の発生、新車販売好調の反動で低迷を余儀なくされている。

自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・客先の在庫数が前年同期より落ち込んでいる。エコカー減税での新車購入により、継続車検等の台数が激減している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店の厳しい状況は相変わらず続き、販売量がなかなか動かない。夏季にかけての新商品の営業を実施しても、今年は反応が特に薄い。販売量を下げないように持続していくのがやっとである。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・景況や政局に不透明感と不安が増すなか、地元では引き続き単価が比較的安く、品質の安定した定番のものが売れている。客足や売行きは低いところで安定している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	単価の動き	・原油の値下げに伴い、仕入価格が下がってきているところに需要の落ち込みがあり、仕入価格以上に店頭価格の値下げが進んでいる。そのため、収益が減って生き残り競争になりつつある。資金力のない給油所が淘汰される時期となりそうである。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・外食でどちらかというと安い商品を提供しているのだが、販売量が少なくなっており、3か月前と比べて売上が低迷している。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当エリアでは今さくらんぼのシーズンで、外からの人の出入りで景気が良く見えるのだが、さくらんぼを購入するだけで、他の特産品や観光にはほとんど恩恵がなく、他業種から見ればそこに人が集中してしまい売上が上がらない。共ににぎわうという傾向がみられないため、プラスマイナスゼロである。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・例年利用されていたいわゆるリピーターについては、件数がほぼ戻っている。しかしながら、震災の影響と思われるが、内容的には人数が多少減っているのが現状である。また、新規については、業種間での差があり、週末と平日の差も相変わらず大きく、来客数は思ったほど伸びていない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりは客の動きもやや良いようだが、はっきりとした手ごたえを感じるまでにはなっていない。台風の通過による災害なども無く、前後には良い天気が続いたので、行楽に出かけたくなる雰囲気があったようだ。
観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・上にも下にも振れるわけではなく、いつも通りである。例年と比べても、特に目立った動きは無い。
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・前年開催されなかった当地の代表的なイベントである夏競馬が今月開催され、かなりの活性化につながっているのは間違いない。ただ、非常に特徴的なのは、今月の上旬までは総会が多く開催されていたが、出席者数が減っている。それは津波や東京電力福島第一原子力発電所の事故による避難者が多く、企業が成り立っていない、あるいは企業そのものが避難しているため、総体的に数が減っているのは憂慮すべき点である。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・一般宴会、宿泊部門はほぼ予算通り推移しているが、各レストランの客足が落ちている。特に日曜祭日は毎回待ちが出るほどだったが、市内に全国チェーンのバイキング形式のレストランがオープンしてからは、客足が落ちる傾向が顕著になっている。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・被災地復興支援のイベントがまだまだあり、とりわけ企業、法人主催の宴会は順調な利用が続いているが、個人需要が主体となるレストランや、宿泊の売上は前年を下回り始めている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行は3か月前から好調さが持続しているが、団体旅行の動きが鈍くなっている。復興関連の需要が一段落したとみている。
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数は減っているものの、新商品への期待感はあるので、そこそこ頑張ることができている。景気そのものは悪くない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ボーナスの妥結状況をみても、景気は横ばいかやや下方とみられる。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・円高や電力需給の懸念が強まり、東日本大震災の復興も進まず、住宅供給の不安も抱えている。雇用も低迷しており、現状維持である。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資及び経費削減の意欲に変化が見られない。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談から、好況感、設備投資意欲はうかがえない。復興関連業種は継続的に好調な雰囲気があるようだが、その他の業種からは好況感はうかがえない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ボーナス月のため、例年であれば月末に向けて消費も活発化してくるが、客の消費意欲が全く向上かない。
	観光名所（職員）	販売量の動き	・客の流れは前年よりも良いが、購入金額等を比べるとさほど変わっていない。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・梅雨に入っても雨降りの日は少なく天候に恵まれているが、来場者は見込みにはなかなか届かない。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・梅雨入りが早く、週末の天候も芳しくなかったが、学校、団体の回復も比較的順調である。震災前に比べ90%近い水準となる見込みである。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・2月以降、前年比でみると同じような単価構成となっており、上がってもいなければ下がってもいない状況が続いている。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・仕事の量としては先月とほとんど変わらない状況である。仕事により1～3か月くらいかかるものまでであるが、今はそれがいくつも重なって入ってくる状況ではなくなっているものの、切れることはない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	競争相手の様子	・東日本大震災以来、当地の商店街は堅調に推移していたが、今月は黄色信号が点っている。数字が何%ダウンというほどではないが、義援金あるいは損害保険金を使い切ったというか、一段落した感じが強い。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・来客数はやや戻ってきたが、単価が低い。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・震災以降先行きの動きが見えない。そして、政治の不安定、世界情勢の変化等によって、消費マインドは必ずしも上がるとは限らない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・3か月前はここ半年で最も良かったせいもあるが、3月と比べ、まとめ買いをする客が少なくなっている。来客数はあまり変わらないものの、客単価が落ち、全体の売上は落ちてきている。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・比較的低温の日が多く、夏に向けてクールビズ、浴衣など季節商材の出足が鈍い。また、夏のセール開催時期の後ろ倒しが消費者に広まり、買い控えが前年より強く出ている。中元は前年の震災特需的な動きはなく、前々年の動きに戻っている。
	百貨店（経営者）	来客数の動き	・3か月前は、震災から1年が経過し、前年からはかなりの伸びを示したが、今月は夏物季節商材の動きが悪く、前年割れとなっている。特に婦人アパレル部門が苦戦している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・競合店のディスカウント攻勢が激しくなり、前年との比較でも来客数の伸び率より売上の伸び率が低下傾向にある。客の買上点数は減っており、チラシ品以外の買い控え傾向が続いている。
	スーパー（販促担当）	単価の動き	・前年は震災需要が落ち着いてきた時期でもあり、来客数、買上点数などは前年比でみる限りは良くなっている。しかし、現状は特売により1点単価が下がり、買上点数が上がることで売上をつくっている状況であり、景気が良くなっているわけではない。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は前年比97%、客単価は前年比98%である。前年は復興需要があったが、今年は落ち着いてきている。そのなかでも比較的好調なのは、ファストフードやベーカリーである。経済的にも厳しいのか、弁当も400円前後のものが売れている。今まで比較的好調だった高齢者の買物も、客単価が減っている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月に入り来客数が前年比95%で、客単価も100%を切っている。復興景気も落ち着いてきている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の震災後の身の回り品需要が一巡し、来客数が前年比でマイナスとなっている。その他の外的要因が見受けられないので、新たな需要の掘り起しが必要な状況と判断している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・競合店の出店が続く、3か月前と比較して来客数は前年比で悪化している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の震災特需の影響が大きく、来客数が伸び悩んでいる。	
コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・当チェーンを含めて新規出店が増加しており、既存店の売上、来客数に影響している。	

衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・バーゲンはいつからかと聞かれることが多くなって いる。月末からはバーゲンの下見が多く、売上につな がっていない。	
衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・朝晩、暖房を必要とする日があるほどなかなか暑く ならず、夏物の動きが悪い。来客数も天気によって左右され ているようである。	
衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年は節電によるクールビズ需要が多かったが、今 年は天候不順のためか、クールビズの売行きが悪い。	
家電量販店(店 長)	単価の動き	・単価の下落が大きく影響が出ているが、白物家電等 で復活の見込みが若干みられる。	
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・エコカー補助金が間もなく終了するという報道がな されているのに、購入者はなかなか増えてこない。	
住関連専門店 (経営者)	単価の動き	・ある程度の販売量は確保されているが、販売する品 物の金額が小さくて、売上総額はなかなか上がっていない。	
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・催事、企画等をやったものの、招待関係の特定客の キャンペーン的なものはある程度の数字は残せるが、 通常のチラシ催事は5月以降客足が遠のいている。売 上に加え、買上点数、来客数も減っている。	
その他専門店 [食品](経営 者)	販売量の動き	・中元期に向かって徐々に消費が上向く時期なのだ が、今年はスタートも遅く先行きが心配な感じがす る。	
その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・なかなか暖かくならず、夏物サンダルの動きが鈍 い。また、クールビズの需要が盛り上がっていない。	
その他小売 [ショッピング センター](統 括)	販売量の動き	・5月までは売上高が前年比100%を超過していたに もかわらず、6月は同98%と落ち込みを見せてい る。これは、気温の変化が激しく衣料品の夏物定価品 の動きが鈍いことと、ファミリー客の減少に伴うゲー ムセンター及びシネマの客数減少が大きな要因であ る。	
高級レストラン (支配人)	それ以外	・暮らしのなかでの格差がはっきりとしてきている。 中級以下は、出ていくものは増えても、入ってくるも のは減るばかりで、買い控えが見られる。	
一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・毎日市場に仕入れに行くが、同業者の話も聞いても やや下向きで、決して上向いている様子はない。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災から1年が経過して、比較対象となる 4～6月、特に6月といえば総会関係は活発な動きを 見せて、宴会関係すなわち法人需要は利用人員、売上 は伸びたものの個人消費となるデパート地下の総菜関 係については前年を下回る利用人員で、消費単価につ いても前年を下回り、消費者マインドについては下 がっている。値ごろ感のある商品を提供することが消 費向上につながる。	
タクシー運転手 通信会社(営業 担当)	来客数の動き 販売量の動き	・乗客が少ない。特に夜は少ない。 ・新商品の発売前であるため、買い控えをしているよ うである。	
悪く なっている	一般小売店[医 薬品](経営 者)	それ以外	・大変な不景気の状況が続いており、客もなぜなの か分からないが不景気だという話を店ですべてしている。当 店は東日本大震災でビルの破損が大きく、今月から足場 を組んでの大掛かりな補修工事をしているので、その ために売上が下がっているのではないかとみている。 震災前よりも悪い状況が続いている。
	百貨店(経営 者)	来客数の動き	・5月の後半から景気の勢いが弱まっている。
	スーパー(経営 者)	競争相手の様子	・郊外に大手流通のニューフォーマットのショッピ ングセンターがオープンし、低価格競争が地元の手 及ぶ全国チェーンのスーパーマーケットにも波及して いる。
	スーパー(経営 者)	競争相手の様子	・大手流通を始め、チラシにおける売価の下落に歯 止めがかからない。そのようなデフレの状況が続いて いる。
	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・以前に比べて建設業関係も大分仕事が無くなりつ つあるので、そういった面ではかなり人の動きが静か になってきている。

		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・震災特需が一巡した5月の中旬以降、厳しい状況が続いている。特に前年盛り上がった礼服やクールビズ需要のワイシャツや肌着関係といったものが、今年は厳しく前々年並みに戻っている。したがって、これまで復興特需で上がっていた景気が平時に戻りつつある。
		高級レストラン (経営者)	競争相手の様子	・客や同業の様子、売上にも同じことがいえるが、復興需要は一巡し、特に何の材料も無くなり、落ちてきている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月はこれまでにないほど暇である。客が1人も来ない日なども複数あり、大変厳しい状況が続いている。
企業 動向 関連  (東北)	良く なっている やや良く なっている	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、建設業を中心に3か月前よりは業績が回復傾向にある。
		食料品製造業 (総務担当)	それ以外	・受注量は横ばいだが、有効求人倍率が上昇してきている。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・除染関連業務、復興関連工事などが継続的に発注されている。
		建設業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・本格除染が始まり、量的にも受注高が倍増している。技術者不足、労務者不足、宿舍不足等課題は多いが上向きになっている。
		広告業協会(役員)	それ以外	・大型流通店では先月までの販売好調は持続していないものの売れ筋商品はしっかりしている。不動産関係では大型マンションが発売を開始しているが、物件が少ないこともあり、出足は好調である。自動車販売も依然衰えていない。エコカー減税があるうちは好調が続くのではないかと。
変わらない		農林水産業(従業者)	それ以外	農機具店は、東京電力福島第一原子力発電所の賠償金で、前年より売行きが良いという話をセールスマンから聞いている。
		農林水産業(従業者)	それ以外	・初夏の果物、さくらんぼが極端な不作となっている。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・復興支援・住宅エコポイントの復興支援商品との交換が好調で、エコポイントによる売上好調が続いている。
		食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・震災特需が無くなった影響もあり、春以降、前年比で業界全体の売上がマイナスの状況が続いている。
		繊維工業(経営者)	取引先の様子	・季節の変わり目もあるのだろうが、今一つぱっとしていない。
		木材木製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・住宅部材の需要が伸びず、販売量及び販売価格は低迷している。
		出版・印刷・同 関連産業(経 理担当)	競争相手の様子	・競合先の話をもとにすると、ここ3か月間は震災前の70%程度の売上になっており、前年と同水準になっている。そういう意味で景気は横ばいである。
		土石製品製造販 売(従業員)	受注量や販売量の動き	・震災復興の道路工事や、ホテルなどの改装工事と発注工事が追いつかない状態である。しかしながら、景気回復としての工事ではない。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	取引先の様子	・復興に関する補助金を得て、工場増設などの動きがみられるが、受注内容は厳しいコストダウンが前提となっており、忙しいが景気が良いのか悪いのか判断に戸惑うケースが多い。
		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	・為替の影響で受注額が低迷している。一時円安に振れ、回復方向であったが、ここに来てまた80円台を割り込み、厳しい状況である。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・公共の大型工事の発注などがある。また、それに続く小口工事や関連した一般民間小口工事の発注などもあり、業者全体に手持ち工事があるようである。
		通信業(営業担 当)	取引先の様子	・現状を維持するのが難しいとの話をよく聞く。
		通信業(営業担 当)	取引先の様子	・既存顧客の契約更新のための対応に苦慮している状態である。
		金融業(営業担 当)	取引先の様子	・介護施設の増加から、一部の施設では稼働率低下による業態悪化が懸念されている。
		金融業(広報担 当)	取引先の様子	・個人消費ではスーパー及び自動車販売が堅調であるものの、基本的には大きな動きにはなっていない。
コピーサービス 業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注量は大きな変化が無く、同じような状況で推移している。		

		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	・復興関連の影響から、引き続き繁華街を中心とした飲食店向けの出荷は好調である。東北地方への観光旅行者も随分と回復してきており、ホテル、旅館向けの出荷も好調が続く。
		その他企業 [ 企画業 ] ( 経営者 )	取引先の様子	・住宅会社の震災対応が軌道に乗っており、新築を急ぐ被災者も多い。しかし、地場工務店は、いかんせん供給力に限度がある。そういった意味で需要に追いつかない状況は変わっていない。
		その他企業 [ 工場施設管理 ] ( 従業員 )	取引先の様子	・出入り業者の数や納品数にも変化がない。出入り業者との会話でも、3か月前と変わらないとのことである。
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	・前年は震災のお見舞い返しや東北応援フェアがあり大きく売上を伸ばした。しかし今年はそのような特需要素がなく、前年比でみると苦戦している。
		出版・印刷・同関連産業 ( 経営者 )	受注量や販売量の動き	・今月に入り、若干売上の鈍化がみられる。前年と同様の売上くらいに下がっている。
		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、為替相場が再び円高に振れ、輸出環境が悪化している。
		輸送業 ( 経営者 )	取引先の様子	・主要荷主の製造業で稼働はしているが、販売が思うように伸びていない。生産調整に入るとの情報もある。
		通信業 ( 営業担当 )	取引先の様子	・取引先はコストダウンを強く求めてくるが、積極的な投資の話は聞かれない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・大型商業施設では、稼ぎ時の土日祝祭日の集客が少なくなっている。
		広告代理店 ( 経営者 )	受注量や販売量の動き	・各企業の広告費圧縮が着実に実行され、相当の実績物件が無くなったり、縮小したりしている。前年同月比では110%ほどに回復しているが、震災前の状態には戻っていない。
悪くなっている		その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ] ( 経営者 )	受注価格や販売価格の動き	・3月ごろから特に受注量が減っている。また、納入価格もこしばらく、販売するたびに安くなっている。
		-	-	-
雇用関連 ( 東北 )	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	人材派遣会社 ( 社員 )	求人数の動き	・企業の求人ニーズは活発で、求人にあふれている。残念ながらまだ求職者側が反応しきれていない様子もあるが、概ね顔合わせの機会が増え、採用意欲が高い。
		人材派遣会社 ( 社員 )	求人数の動き	・被災県の人材育成事業や被爆被害の健康調査にかかるデータ処理など、まとまった人材派遣の注文が入っている。
		新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	求人数の動き	・3か月前と比べて求人広告の申込件数が増えている。ただ、雇用形態は相変わらずパートやアルバイトといった一時雇用が主体である。
		職業安定所 ( 職員 )	求職者数の動き	・月間有効求職者数は、1～3月は前年比1けたの減少であったが、4月は17%、5月は21%の減少となっている。3か月前と比べれば求職者の減少が顕著となっているため、やや良くなっているようである。
		職業安定所 ( 職員 )	それ以外	・求人数が前年同月比で増加し、求職者数が減少する傾向が続いており、求人倍率は上昇傾向で推移している。
		職業安定所 ( 職員 )	周辺企業の様子	・建設業においては復興需要もあり、仕事が順調に増加している。また、製造業においても一時的とは思われるが、業務が増加傾向にある。ただし、求人は臨時的なものが多い。
変わらない	人材派遣会社 ( 社員 )	求人数の動き	・3か月前と特に変わらない。3か月くらい前から、今の大学4年生、来春卒業の新卒採用についての問い合わせが1週間に1件くらいずつ入ってきている。そんな状況が続いている。	
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	周辺企業の様子	・広告の出稿状況は横ばいが続いている。	
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	求人数の動き	・震災後、相変わらず活況を呈しているのは流通や不動産等の業種で、その大半は京阪地域の大手企業が占めている。地元がなかなかその恩恵にあずかれず、伸びていない状況が続いている。	
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	求人数の動き	・先月に引き続き、建築、工事関係の求人は多いが、サービス業の求人は少なく、トータルでは前年と変わらない。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・復興関連の求人動向が、現段階においては一段落したとみている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向、新規求職者は事業主都合の離職者も少なく減少傾向が続いており、有効求人倍率も0.83と高水準となっている。
やや悪くなっている	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・前年と比べれば格段に良いが、仕事量は落ち着いてきている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年に比べ減少を続けていた求職者数が増加に転じ、有効求人倍率も低下傾向が続いている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・有効求人倍率は2か月続けて前月を下回っている。求人数は変わらないが、求職者数が増加している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内大手製造業の生産拠点再編の影響により、下請工場で大量の解雇者が生じている。
悪くなっている	-	-	-