

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：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	－	－	－
	やや良く なっている	百貨店（広報担 当）	単価の動き	・いまだに地方店は厳しい状況が強いられており、今回の東日本大震災の影響で首都圏店舗も営業時間を短縮しているため、今後の業績は不透明である。ただし、今月は客数は減少傾向が続いているものの、客単価が伸びており、首都圏店舗の大半で前年を上回る売上である。
		スーパー（ネット 宅配担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で買い置き需要が急増している。加工食品、米、日配品に集中したが、商品の欠品が多く発生している。月末は需要も収まりつつあるなか、計画停電による営業時間の短縮で売上が落ちている。
		家電量販店（統 括）	来客数の動き	・客単価は下がっているが、客数が前年を超え始めている。
		通信会社（営業 推進担当）	お客様の様子	・通信サービスの選択において、東日本大震災の影響はあまりない。ひっ迫した経営に関する話をあまり聞かないため、やや良くなっている。
		その他レジャー 施設 [アミュー ズメント] (店 長)	販売量の動き	・東日本大震災を受けて、買占め等の理由はあるものの、消費動向が加速している。
変わらない		商店街（代表 者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響がかなり出てくることを心配している。品物が入らず、売る物が入ってこない悪循環がどんどん増えており、せっかく良くなりつつある景気も心配である。
		一般小売店 [衣 料・雑貨] (経 営者)	お客様の様子	・3月も寒さが続き売行きは厳しいが、春物の動きが始まっている。値頃品で単価が安く、単品買いが多くなっていて、売上は落ちている。また、東日本大震災で売上が落ちている。
		一般小売店 [印 章] (経営者)	来客数の動き	・身の回りの経済も低迷しているが、それに輪を掛けたように計画停電等があり、非常に厳しい状態である。
		一般小売店 [米 穀] (経営者)	それ以外	・東日本大震災発生後はお米が1日で10日分ほど売れた日もあったが、それは1週間で収まっている。よく売れても景気が良いとは感じない。
		百貨店 (売場主 任)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で中旬以降、食料品を中心にリビング関連の動きのみが目立つ。また、気温の寒暖で春物の動きが鈍化し、冬物セールの動きがまだある。
		スーパー (経営 者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、日持ちする商品の買いだめがあり、そういう商品に関しては非常に売行きが良い。ただし、入ってこない商品が結構あるため、非常に難しい。生鮮食品に関してはそんなに良くない。肉は良いが、魚と青果がやはりあまり良くない。
		スーパー (店 長)	来客数の動き	・前年割れしている客数に加え、単価上昇と点数減で、日々の売上確保がままならない状況が続いている。買い回りをしている客は以前よりも増えている。東日本大震災や計画停電の影響もあり、満足な品ぞろえすらできず、客が欲しがる商品が欠品状態で、支障が生じている。
		スーパー (店 長)	お客様の様子	・あくまでも今月は東日本大震災の影響による地震需要だけである。3か月前と比べても景気の動向は、もし地震が無かったとしたら変わらない。今は手放しで喜べる状況ではない。
		スーパー (店 長)	お客様の様子	・東日本大震災による客のまとめ買いがあり、その中でも偏りが見られる。落ち着いてからは米やパン等は以前よりも動きが悪く、まとめ買いの逆効果、買い控えが予想される。
		スーパー (仕入 担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で商品供給が滞り、牛乳、ヨーグルト、納豆等の高頻度商品が欠品や品切れを起こしている。客は品薄の商品に集中してしまい、他の商品の売行きが徐々に鈍ってきている。
		スーパー (仕入 担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、商品の入荷が極端に少ない。北関東に工場、物流拠点があるメーカーが多く、また近隣の工場も計画停電の影響で生産量が半分以下になっている所が多いためである。

コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客の買い方が変わっている。保存できる物、インスタント食品、とにかくペーパーから電池に至るまで、ある物はすべて売れてしまう。そのため1人当たりの購入数が非常に多く、また、普段見掛けない客も来ていたりする。	
コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災以来、客の動揺が激しく、売上も乱高下が続いている。商品の供給も滞っているが、売行き自体は空になるほど売れているので、何とも言えない。	
コンビニ（店長）	販売量の動き	・商品が品薄であるにもかかわらず、倉庫在庫をゼロにするほどの買物が見られる。特にたばこは前年比170%、前月比800%の高い伸びを示している。	
コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、一時的な売上は伸びている。	
家電量販店（店員）	単価の動き	・毎年、低価格化が進んでいるのが現状であり、今年になってからも更に厳しい状態が続いている。	
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・当社は自動車の整備と販売をしているが、整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくなく、前年比2割減となっている。また、販売車はガソリンが上ってしまったため、軽自動車が多くなっている。	
その他専門店 〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後の1週間は客が開店前から列をなして並ぶ光景が見られ、日用品や食品を中心に瞬間に売れてしまった。そのため、現在の売上は前年比110%と良い。しかしガソリン不足での納品の遅れ、被災地域への商品供給優先、また工場自体が被災して商品が作れない等で、店の商品の品切れが続出している。3週間たった今では、販売は水以外は落ち着いているが、商品の品切れは今も続いている。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・例年どおり新入居に伴う加入増が数字に表れているが、解約数の伸びは例年以上である。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・集合住宅の空室が多く、転居を含めた解約が多い。	
設計事務所（所長）	お客様の様子	・やっと具体的になった物件も、東日本大震災の関係があったようで、一時中止となっている。なかなか具体的になる先がない状態である。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約60%と、3か月前と変わらず景気は悪い。東日本大震災の影響で客のマインドも落ち込み、その後のガソリン不足や食糧不足等で日々の生活が忙しく、住宅不動産の購入を考える余裕がなくなってしまったようである。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の自粛ムードの影響で、商店街全体の照明や閉店時間、商品の品ぞろえ等が悪くなっている。報道により水や牛乳等の物資に限り長蛇の列を作っているものの、不要不急の商品への購買力は顕著に減少している。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暮れに比べれば悪くなっている。
	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災があるまでは順調に伸びていたが、地震を境にびたりと落ちている。商店街全体が暗く、節電等で店内も暗くて活気がなくなり、売上も落ち込んでいる。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲料店での不振が続くなか、さらに計画停電があり、ますます販売も低下している。閉店した店もある。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・緑茶等を飲んでもらうための自動給茶機は年々維持管理ができなくなり、解約等が増えてきている。3月で契約が終了し、お茶屋として景気はあまり良くない。
	百貨店（計画管理担当）	それ以外	・計画停電等の影響により、営業時間を短くせざるを得ない。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後に、やはり客は不要不急の商品は買わないような状況となっており、やや悪くなっている。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・3月上旬までは下げ止まり感があったが、東日本大震災以降、どこのGMS（総合小売業）も同様だろうが、食品関係を中心に動いた代わりに衣料品や住居の糸物関係を中心に非常に悪くなってきている。ガソリンが流通し始めた最終週からは、またやや持ち直した感があるが、月間としては厳しい状況になっている。

スーパー（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で当初は買いだめ等に走るが、落ち着き始めれば景気は減退に向かっていく。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・月初は堅調に推移していたが、東日本大震災以降、商品の供給が一時全く無くなり、現在は辛うじて入荷した商品を買ってもらっている状況である。また、計画停電で販売計画が立たず、客も自粛ムードのせいが必要な物以外手が出ないようである。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災による影響、不要不急な物の買い控えで、やや悪くなっている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ようやく春物が動き出した矢先に東日本大震災で時間が止まったようになっている。月末になってようやく少し動きが出てきているが、外出が控えめになっているため、なかなか上向きにはならない。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・燃料価格の高騰に伴い、客は行動範囲を狭めている。また、買上点数の減少も見られる。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、身の回り品の購入が多いのか、スーツ等に対する衣服の需要が非常に落ち込み、来客数が減少している。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・関東地方は東日本大震災や福島第一原子力発電所の放射線汚染だけにとどまらず、計画停電の影響を強く受けて、購買意欲が低下してきている。早期の対応が必要である。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きい。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・3月下旬で終わるエコカー減税、大型～小型トラックの営業ナンバーに対して行われる低公害車普及促進対策費補助金は、現状77億円の予算を消化しきれないとのことである。補助金をもらってもトラックが買えないということで、景気は段々悪くなっている。また、販売台数についても前年暮れからどんどん落ちており、景気は悪くなっている。
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・現在は来客数、販売量が減っており、東日本大震災で輪を掛けて減少している。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・新ハードが発売となり、盛り上がっていくかというところで東日本大震災に水を差されている。生活必需品ではないため、節電、節約志向も相まって需要が激減している。一方、海外市場はほぼ前年並みで推移しているため、差し引きでやや悪くなっている。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・厳しい状況の中だが、徐々にだが客足が戻ってきている感がある。東日本大震災後すぐは外食自粛、早い時間の帰宅であった。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災により、ネットはかろうじて計画達成したもの、1～2週間分のテレビ、電話獲得がショートしている。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災と計画停電の影響で、サービスの加入を検討していた客からのキャンセルが増えている。
通信会社（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災による計画停電の影響で、販売店の営業時間が短縮となっており、販売量が2～3割程度減少している。
通信会社（局長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客のマインドが購買意欲を低下させている。
通信会社（総務担当）	お客様の様子	・元々この時期は転居が多く、解約が先行する傾向にあるが、その中で東日本大震災が発生し、ますます生活防衛を考える人が多くなったようで、転入者の加入が少ない。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災に加え、地上デジタル放送対策が終わった世帯も多く、契約数は減少傾向にある。
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災以降、悪化が始まっている。
その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で公演中止が多発している。当施設も影響を受けている。
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の関係で観光バスの受注が8割方キャンセルになっており、今月の売上は相当の減少が見込まれている。今後受注見込みがどうなるのか、非常に不安な状態である。

	設計事務所（経営者）	それ以外	・東日本大震災で、すべての建材の動きが鈍くなっている。特に港湾関係は手に入らない。材料不足や景気動向が、建築を鈍らせている。少し良くなりかけた景気がこの地震から急激に悪くなったように感じられ、様子を見ているようでもある。
	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が激減しているなか、更に低価格競争が加速しているのが現状である。仕事がないので、景気が良くなるはずがない。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でマンション工事が通常どおり行えない状況である。また、顧客マインド復活まで時間が掛かる見込みである。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・計画停電の影響もあって納期が遅れることから、受注量が落ち込んでいる。
悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響がひどい。節電で昼間の店が早く閉まるため、夜のお店につながらない。また、この混乱のなか、追い討ちを掛けるように近隣に大型ショッピングセンターがオープンし、春休み景気が一気に吹っ飛んでいる感じである。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災により、それ以後の状況は大変悲惨になっている。計画停電が始まってからは特に客が店に来ることが極端に少なくなり、店の前を通行する客も通常の10分の1程度である。なおかつ、最近では復活したが鉄道が動かないという原因が一番大きいようである。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、計画停電等があってしっかり営業できず、来客も放射線の影響等で少なくなっている。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・例年、3月決算で今月は良く売れる月のはずが、東日本大震災の後、広告を出しても客の反応も鈍く、売上が落ちている。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・3月は本来であれば年度末ということで来客数が多くなるが、今年に限っては本当に、来客数が非常に少ない。特に震災後は、客が1日に1～2人という状況である。
	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・イベント、行事の中止と、東日本大震災後、生活物資以外の需要が無く、難しい状況である。
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・計画停電により通常営業ができない。はっきりとした営業時間を客に伝えることもできず、来客数が大きく減っている。
	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	来客数の動き	・計画停電の地区に入っているため、他と同様に客が来ない。また、客が買うのは必要な物や緊急の物のみで、それらにしか目がなく、全くひどい状態である。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・計画停電が進物需要の多いお彼岸の時期に重なり、売上が大きく減少している。
	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	それ以外	・文具事務用品業界にとって最大の、最需要期である月だが、東日本大震災の影響が多である。店頭は物流が動かない、停電で営業ができない等といった形である。外商関係は、決まっていた案件もすべてキャンセルもしくはペンディングとなり、納品物が被災して納められないため売上が立てられない。
	百貨店（総務担当）	それ以外	・東日本大震災以来、大変なことになっており、良い悪いの一言では片付けられない。当社のスーパーは停電特需で売上が上がっているが、短期的なものであると思う。軽飲食部門は停電のために細切れ営業で売上が減少しており、目先のことしか考えられていない。テナント業の賃貸部分も細切れ営業で、家賃の減免を余儀なくされているのが実情である。
	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・大手電力会社の計画停電により、昼間の時間帯でも閉店せざるを得ない状況が続いている。
	百貨店（総務担当）	それ以外	・計画停電の影響で営業時間の短縮を余儀なくされており、売上減につながっている。また、このような状況下では致し方ないが、消費マインドの冷え込みにより食料品関係や防災関係、生活用品については好調だが、主力である衣料品や高額商品（美術、宝飾など）は大変苦戦を強いられている。この結果、売上、利益等すべての面で厳しい状況である。

百貨店（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で営業時間短縮など節電に取り組んでいるなか、来客数は78.8%、売上は75%前後となっている。主力の衣料品は70%前後と低迷している。
百貨店（広報担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、経済活動の環境が激変している。生産、物流、販売環境等すべてが悪化している。特に電気事情については、改善の望みは薄い。小売業においてもその影響は多大で、被災地ではないにもかかわらず、商品の入荷遅れ、欠品、節電協力による営業時間短縮など、その影響は計り知れない。今後もその対策は困難を極める。
百貨店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により、売上は大きく落ち込んでいる。11日以降月末までで、食料品を除くと前年比60%と厳しい状況である。食料品については計画停電及び節電対策としての営業時間短縮により、前年比75%となっている。地震による一時的な買い占め等も発生しており、供給が満たされない状況も発生している。
百貨店（営業担当）	それ以外	・前半は順調に推移していたが、東日本大震災直後は交通機関の乱れや計画停電による営業時間短縮で、来客数が大幅に減った。また、全国的な自粛ムードの中で催物の中止や生活必需品以外の売上の大きな落ち込みが続いている。
百貨店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による影響で、消費者の意識が一変してしまっている。加えて、計画停電による営業時間短縮がある。
百貨店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きい。買い控えや営業時間の短縮、顧客心理の変化など、直接影響している。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・第3週から、特に月末の土日については、着実に売上が戻り始めているものの、東日本大震災直後は壊滅的な売上であった。また、14日の初回の計画停電時は大混乱で、こちらも壊滅的な状況である。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で来客の購買目的、内容が変わったことは言うまでもなく、今後も福島第一原子力発電所状況によって更に生活防衛へ向かうものと危惧している。ただし、3連休以降の来客数や客単価、購買内容は地震前に想定していたシーズン予測に戻ってきているので、今後も提案の仕方含め、シーズン必須商材に加えて、地震後に必要とされる商材確保に努めたい。
百貨店（販売促進担当）	それ以外	・東日本大震災や計画停電、福島第一原子力発電所の影響により、不要不急の需要が減っている。
百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客の消費マインドの悪化や節電、計画停電の影響による営業時間の短縮などにより、売上が大幅に落ち込んでいる。
百貨店（副店長）	それ以外	・ファッション関係の消費マインドの低下とともに、節電による営業時間短縮や計画停電による営業休止等の影響が大きい。
百貨店（予実算担当）	販売量の動き	・東日本大震災による消費マインドへの衝撃は、不要不急商品の購入抑制につながっている。
百貨店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災によって、客が食品以外の商品に関して買うという行為を控えている印象である。また、計画停電の関係で改善できているとはいえ、交通機関に弊害が出ているため、悪くなっている。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、来客数及び売上が全体に厳しい状況が継続している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・3か月前比で35～40%の売上減となっている。計画停電や東日本大震災によって食パン関係の製造ラインが壊れてしまい、全く見通しが付かない。また、お米の関係でも、もう炊飯ができないということで、すべてが存続の危機を迎えているような状態になっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今は非常事態なので、上向きも何もない。現状、当店では売上が120%増だが、計画停電等があり、商品が滞っている。このままだと非常に大変なことになる。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、計画停電などで婦人アウターの購買意欲が全くなくなっている。ここまで影響が出るのかというくらい、良くない。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数同様、販売量の動きも落ちている。

衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災は、過去にない大きい。日用品、食料品等の当座必要な生活物資の買いだめが話題になるほどで、衣料品に関心が全くない。また、春物に切り替えたが気温の低い日が続いたこともあり、売上が低迷している。節電により、営業時間短縮や店内の照明の暗さも売上に影響したことは否めない。
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・11日以降全く売れなくなっている。東日本大震災も影響しているが、天候も気温が低く、ダブルパンチで苦戦している。ただ、商店街の中でも生活必需品の店舗は売れているようである。洋服を購入する雰囲気は現状、客の思想的にも無く、早く前に進めるような明るいニュースが欲しい毎日である。
衣料品専門店 (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災で生活用品の買占めが多くなり、アパレル商品は全然売れない。
衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災時、当地域も震度5強と強く、その日は4時で閉店、その後2日間休業した。停電のため短縮営業をしているが、衣類は全く売れる気配がなく、食料品とガソリンのみを人々が求めているという感じである。売上も10分の1になってしまい、修復は不可能で、このまま続くのであれば経営も危ない状況である。
家電量販店(営業統括)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、首都圏の消費活動が一斉に停滞している。新生活関連需要、決算期末需要などが一斉に冷え込んで、大変厳しい状況に追い込まれている。不要不急の消費を抑える世論が、小売、サービスの業績を著しく悪化させている。節電や復旧支援を理由に一般的な消費活動も停滞させるような自粛は、経済に悪影響しかない。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、客の心理で購買意欲が低下しており、新規客が減少している。当社の新車駐車場が地震で故障し、多大な損害がある。大手工場も停止し、納期遅れや新型車の発表も遅れ、客が不安に思っている。
乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・当初、東日本大震災発生までの受注は前年比80%で推移していたが、地震後は工場の破壊及び部品調達が不可能になったことにより、50%を切ってしまっている。当然のことであるが、世間の動きとしても、車の購入意思が薄らいでしまっている。
乗用車販売店 (渉外担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で、悪くなっている。
乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・東日本大震災以降、売上可能台数のうち13日までに出荷した車は339台で、それ以降、工場が非稼働になっている。これまでの販売状況は地震後に大きく減少し、今後の回復が不透明な状況である。
その他専門店 [雑貨] (従業員)	それ以外	・東日本大震災の影響で店の営業時間が大幅に減り、売上も相当落ちてしまっている。
その他小売[雑貨卸] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の発生以降、急激な景況感の下落がある。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・東日本大震災後の計画停電で、休業や営業短縮を余儀なくされており、客数は約30%強落ち込んでいる。
その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・東日本大震災の被害で市場はすっかりおかしくなっている。電気やガソリンの安定供給と福島第一原子力発電所事故の解決がなければ、恐らく飲食関係の業者の多くが破たんする。
高級レストラン (店長)	お客様の様子	・当然のことながら、電話問い合わせ等で、今まで以上に慎重になっている。
高級レストラン (支配人)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、自粛の会合が続出している。直接地震と関係のない会合でも中止又は延期の状態である。この自粛ムードは如何ともし難い。2月までは比較的順調に推移してきただけに、残念である。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前月2月24日までの結果では、前年比で客数が99.1%、売上98.1%である。今月は3月24日現在で客数は81.4%、売上は81.0%である。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、宴会、予約等すべてキャンセルである。また、停電や計画停電等で丸つきり客が来ない。最悪である。

一般レストラン (経営者)	それ以外	・やはり東日本大震災が影響している。
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3月は東日本大震災で、すべての予約がキャンセルとなっている。ケータリングもほとんどがキャンセルとなり、売上は例年の月の5割落ちぐらいになっている。
一般レストラン (店長)	それ以外	・来客数、販売量、客の様子、競争相手の様子、すべてにおいて、東日本大震災前までは上向きかかっていたが、地震後はめっちゃくちゃである。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・この未曾有の東日本大震災で全く客が来なかったが、やっと25日ごろから80%は来ており、有り難い。こちらが一生懸命にやらないと回って行かなくなっていくと思うが、やっと80%だが、来客はある。
スナック (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響である。
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、全く客が途絶えている。この先続けていけるかどうか、全く壊滅的な打撃を受けた状況にある。
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・東日本大震災の影響での自粛と計画停電により、販売量が激減している。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災による自粛、放射線、計画停電によって、宴会のキャンセル、先の予定が入って来ない。最悪の状態である。
都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響で、当面は落ち込む。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災による披露宴、企業のパーティ、職場の歓送迎会、レストランの個人客の予約、宿泊予約すべてに取消が発生して、更に計画停電で外出を控えていると考えられる。計画停電の無い土曜、日曜はレストランに人出が戻る。宴会場の3月の企業のパーティはすべてキャンセルになり、客室は5割を切る稼働である。
都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災の影響で、披露宴のキャンセルが続出している。非常に厳しい状態で、かなりの売上減である。
旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災のために、全く来客がない。悲惨な状況である。
旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災によりキャンセルが相次ぎ、先の見通しも立たない。
旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災以降、国内の団体旅行をはじめ多くの予約キャンセルの電話が相次いでいる。掛かってくる電話は、ほとんどがキャンセルの内容ばかりである。
旅行代理店 (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災後の福島第一原子力発電所の影響で、顧客が激減している。
旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・東日本大震災が発生した関係で、3月11日以降のほぼすべての団体又は個人の旅行がキャンセルや無期限の延期になっている。ツアーもほとんどが設定を中止したので、今月の地震以降は、言葉は不適切であるがほぼ壊滅で、仕事が無くなっている。これは過去に類を見ない影響と非常に驚いているし、影響力が強い。旅行業界にとっては甚大な被害、影響が出ている。
タクシー運転手	お客様の様子	・今月は東日本大震災と福島第一原子力発電所の問題で最悪である。50年この商売をやっているが、今までこんな落ち込みは見たことがない。今月は今までで最悪である。早くこの問題が片付かないと、この状況が長引くのではないかと。
タクシー運転手	それ以外	・まず第一声として悲鳴であり、街中は夜間節電で真っ暗、デパート商店は営業時間短縮、サラリーマンは即帰宅、タクシー利用客は激減と、これではタクシーは必要なく、営業にならない。世の中お先真っ暗だ、未曾有とか余儀無くとかいう言葉が使われているが、今回の東日本大震災被害地だけでなく、全く我々にも当てはまることである。タクシー界も深刻な打撃を受けているのが現況である。
タクシー (団体役員)	お客様の様子	・3月上旬は若干だが人の動きが出てきたように思えたが、東日本大震災後は繁華街から人影が無くなっている。さらに計画停電の影響からか、利用客が明るい内に動く傾向になり、夜、特に深夜の利用客は激減している。

	観光名所（職員）	来客数の動き	・やはり東日本大震災の関係が、かなりの影響を及ぼしている。
	遊園地（職員）	それ以外	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所問題による影響で、悪くなっている。
	ゴルフ練習場（従業員）	それ以外	・東日本大震災後の計画停電等で、営業時間短縮や休業を余儀なくされている点もあり、売上、来客数ともに落ちている。付帯するレストランの謝恩会のパーティーや大きな歓送迎会等もほとんどがキャンセルになり、やや影響を受けている。
	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・東日本大震災の発生により、景気はさらに悪化する。今は我慢、そして頑張りである。
	ゴルフ場（支配人）	それ以外	・東日本大震災発生以降、2週間は営業を自粛していた。再開はしてみたが、計画停電によりトイレ、浴場等の利用ができず、また、スタート時間制限の中での営業のため、ほとんどキャンセルが出ている状態である。
	パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災から営業時間の短縮、その他、やはりこういう状況なのでレジャー産業を控えようということもあると思う。ちょっと遊びに行く気分じゃないということもあり、当店を含め競争相手もすべて、客数が減っている。
	その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	それ以外	・東日本大震災の影響が影を落としている。
	その他レジャー施設（経営企画担当）	それ以外	・東日本大震災の発生と、その後の福島福島第一原子力発電所、電力問題などにより、プロスポーツ関連の商品、サービスは大きな逆風状態にある。なかでも個別の民間企業の活動が悪影響を受けており、状況は最悪に近い。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方からの客数が伸びなくなっている。
	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	来客数の動き	・ガソリン不足や停電、大型店の営業時間短縮など、東日本大震災の影響で悪くなっている。
	設計事務所（所長）	お客様の様子	・耐震診断の話はちらほら流れてはいるが、多少入ってきていた情報もこの東日本大震災で動かなくなり、リフォームの予定も見合わせとなっている。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業だが、東日本大震災までは価格が低い物と住宅は売行きが良かった。しかし、地震以降は客の気持ちが落ちてしまっているようで、全く来客が無い。地震の被害を受けた人々のことを考えてあらゆる行事を中止しているが、経済活動を中止して世の中の景気を悪くしては、救済をすることができなくなってしまう。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の関係で資材の納入が遅れており、今月の売上に大きく影響が出ている。また、受注については福島第一原子力発電所やユーザーの収入等で不安が先行し、既契約の解約や商談中止が出始めている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災のため、住宅を考えることに慎重になっている。
企業動向関連	良くなっている やや良くなっている	—	—
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末による取引先の決算対策や、新学期を控えた臨時的納品業務がある。また、新たに大型店舗が納品先に加わったこともあって、取扱量が増加している。
	金融業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・会社の製造業関係の受注が増えていた。ただし、東日本大震災の影響で現状、見えなくなっている。
変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・計画停電と紙不足により仕事の受注もできず、困難な状況である。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受け、当地域でも計画停電をしているが、その影響で停電ではない時間も客が少なかったり、法人関係が若干落ち込んでいる。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅関連部品の受注は横ばい、医療容器は若干増えたが、化粧品容器の受注が年度末棚卸しの影響もあって減少したため、売上に大きな変動はない。それでも前年同期に比べると機械の稼働率は2割ほど上がっている。

	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けて後半は受注が減るかと思っただが、それほど減らなかったため、変わりはない。
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・年度末なのにいつもと変わらない。東日本大震災で得意先の機械が使えなくなり、一時的に仕事が少し増したが、3週間くらいで元に戻るとのことで、いつもとあまり変わらない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の結果はまだ分からず、この結果次第では大分変わると思うが、今の所はほとんど同じである。
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月の在庫調整で、ほぼ前月と同じか下回っている。東日本大震災後の影響が出始めている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・付き合いのある業者は本当に景気が少しと言っているなか、東日本大震災があり、皆顔色が悪く、今年はどうなるのだろうという話ばかりである。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・得意先とも少し話をしたが、東日本大震災で、これから相当冷え込むことを前提に、何か方法を考えなければならない。ただ、今は被災地、あるいは日本の国が元に復旧できるようなことを、それぞれの立場立場で努力するしかない。
	建設業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新規の仕事がない。わずかにあっても安すぎて、怖くて受注できない。
	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災直後から10日ほど、東北地方向けスポット需要が急増したが、以降は逆に沈静化している。
	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べるとほぼ横ばいだが、水準自体は悪くない。
	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィスの空室率がなかなか改善されないなか、徐々にではあるが新規テナントからの入居申込みが出てきて、明るさが見え始めた矢先に東日本大震災が起った。その影響で入居を先延ばしにしたいという申し入れが出るなど、厳しい状況が相変わらず続いている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・リーマンショックのすぐ後よりは回復している。当地の商工会議所の2月会員調査では、413社の内47.9%が売上が前年より減少、29.3%が横ばい、21.5%が増加である。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	取引先の様子	・売上は前年同期比で20%程度の落ち込みが見られる。東日本大震災の影響で、顧客取引先の稼働率の落ち込みや原材料の品薄、配送への悪影響が原因である。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・多少の新規受注もあったが、既存契約の解約もあり、差し引き変わらない。
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・品切れや値上げがある。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で多くの会議、講演会等の予定がすべて変更や中止となり、それに伴った資料等の印刷が無くなり、売上が大きく減少している。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・下請の印刷が主な同業他社から、印刷物の更なる減少で自主廃業すると連絡があった。
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により生産を一時的に止めているため、今後その影響が我々協力企業にどのように出てくるかが分からない。東北方面の得意先は福島第一原子力発電所の影響で、また、部品がそろわないために東北外の得意先も止まっている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災による生産中止が続き、注文が減っており、いつまで続くか分からない。また、電力事情で生産性は大幅に落ちており、大変なことになっている。
	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、株価の下落等の不安要素により、現在、設備投資の話が中断している。
	輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・今月は期末だったので、中旬ぐらいから出荷量が通常の4～5割ほど増えたが、東日本大震災で荷量が減少気味である。最終週に入り増えたが、全体としては通常月ほどの売上になる。

	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の建設業は、原材料を作っているのは東北地方が多いため、東日本大震災の関係で材料が入らず、営業に支障を来している。自動車関係は生産中止という形が取られているので、その下請等は仕事がない。その他の製造業では、計画停電の関係で電力不足のため、生産が大分落ち込んでいる。
	金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・東日本大震災の関係で、動くものも動けない状況がある。計画停電で売上に直結するダメージを受けた取引先が数多くある。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響により公営競技が中止となり、3割ほどの売上減となる見込みである。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響でやや悪くなっている。
悪くなっている	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・電車が動かないため、客が来ない。酒屋なので、お酒は宴会等が全部中止になっているため、大変打撃を受けている。
	繊維工業（従業員）	それ以外	・東日本大震災で、工場が無くなった組合員や行方不明者が出ている。さらにガソリンや水が全くなく、工場が動かせなかったり、外国人従業員の帰国により工場が動かなかったりしている。そういったところに放射線汚染問題等で、今後どうなるか分からない状況にある。
	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が非常に大きくなっている。クライアントの広告自粛が一番の要因だが、印刷用紙の調達も現状厳しく、受注すらままならない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・メーカーの生産ラインが止まっているため、自動車関係だけやっている当社では様子がよく分からない。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、新規の受注が完全に止まっている。今、工場で生産している物は今までに受注していた残りで、これらが無くなると工場の操業が止まる。前年に比べて3割落ち込んでいる。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受け、業界の動きが全く落ち込んでいる。当分上向く状況にはならないので、耐えていくしかない。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、悪くなっている。
	建設業（経営者）	それ以外	・東日本大震災のため、物が入らない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により計画案件も中断になっている。材料も工場関係が被災していることと、どうしても被災地優先になってしまうので、途中の工事も中断気味である。
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、その地域の工場が被災して部品供給が滞っているため、当地域での工場生産も思うように進まず、大変苦労している。
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先によると、発注元が東日本大震災で全滅しているため、品物が当分動くことはないということである。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・通常の出荷量が少ない状況で、東日本大震災の影響で緊急出荷のみとなり、待機状態である。
	金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で工場が流出して生産がストップしたり、飲食店で売上が8割減少したり、予約のキャンセル等がある。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・飲食業は東日本大震災以降、売上がほとんどない日々が続いている。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は広告代理業なので、東日本大震災、それに尽きる。テレビや新聞を見れば、広告の大幅休止は明らかで、言わずもがなである。
	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、イベントがほとんど中止である。
	広告代理店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で先行きが不透明である。現状も、既決のイベントや広告が相次いでキャンセルとなっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災の影響、並びにその後のガソリン等の物資不足、計画停電による操業停止、納品の遅れ、生産調整などが響いている。一部食料品小売では売上が伸びたものの、一時的なものにとどまっている。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災が、県内の中小企業経営を直撃している。製造業では計画停電の影響で工程が中断し、効率が落ちており、電力需要の多くなる夏場の対応が想定できない状況である。商業サービス業では消費の自粛が響き、地震前より30～50%売上が落ちている。特に、事業所数の多いサービス業系で影響が大きい。	
	社会保険労務士	取引先の様子	・東北地方に拠点があった事業所や、東北が売上の大勢を占めている取引先等については、かなり厳しい状況だと聞いている。	
	税理士	取引先の様子	・顧問先の中古書籍やCDを売っている小売業は、不景気なので中古品は良いと思うのだが、どんどん売上が落ちて来ている。東日本大震災もあって特にひどいが、それに限らず落ち込みが大きい。1店舗閉めたので、大分景気が悪いようである。	
	税理士	取引先の様子	・言うまでもなく東日本大震災の影響である。計画停電で飲食店、衣料品、美容室、イベント企画等の自粛や、停電時の閉店などで経営はかなり悪化している。	
	その他サービス業 [映像制作] (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、研修会やイベント等の撮影がすべてキャンセルになっている。	
	その他サービス業 [ディスプレイ] (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で、取引の仕事関係がほとんどキャンセル、自粛の雰囲気である。	
	その他サービス業 [情報サービス] (従業員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の発生により、東北地方を中心に広い範囲で通信は元より、道路、水道、電気といったライフラインの途絶が発生している。会社としてこのライフラインの一角である通信インフラの復旧を最優先に対応しているため、受注量が大きく減少している。	
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 (支店長)	求人数の動き	・東日本大震災の影響により、損害保険会社から地震対応の人材派遣の要請がある。例年なら契約終了が開始を上回る時期であるが、今年は逆の現象である。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は堅調で、雇用も非正規雇用を中心に伸びている。東日本大震災復興の影響次第だが、インフラが整えば次に必要なのは職である。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・今月は予想していたよりも落ち込みが少ない。かなりの範囲で期間限定の求人募集の注文があり、その分で思っていたより落ち込まず、逆に3か月前や前月よりも増えている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・一般、パートの求人数が増加している。
	変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は回復傾向にあるが、採用者数と比例して増加しているというわけではない。そのため、雇用景気が回復しているとはまだ言い切れない。
		人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・東日本大震災等の影響で、3月度の売上が2～3%落ちている。さらに企業側の業務繁忙による臨時派遣依頼が増えてきているが、元々年間でも一番多い契約終了数をカバーできてはいない。
		求人情報誌制作会社 (編集者)	採用者数の動き	・東日本大震災の影響で、2012新卒採用のスケジュールが2か月ほど後ろにずれ込む見通しである。一時的に就職戦線が長期化すれば、採用予算の多少の出入りが予想されるが、大枠が増えるわけではない。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・製造業のうち零細な事業所を中心に雇用調整助成金の申請は多い状況が続いているが、受注量の増加から利用件数が3か月前と比べて15%程度減少している。一方、東日本大震災の影響により、自動車関連部品メーカー等から雇用調整の相談が複数寄せられている。
		職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・日々訪れる相談者数は3か月前と変わらず、また、訓練の相談も同様に大人数である。

やや悪くなっている	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・当社のクライアントの多くは自動車関係のメーカーだが、東日本大震災の後なので余計に将来に対する不安感が出ているようである。地震の少し前までは、今期は非常に良い、日本の経済も安定して少しずつ上向くのではないかという感じで、求人引き合いもあったが、現時点では非常に先が見えない。過去にあったよりも深刻な状態である。特に東北関係の企業等もあり、そういった意味でこれからどうなるかはまだ予断を許さない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・23年度の求人票が前年度より少ない。前年以上に厳しい就職活動になることが予想される。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で、企業活動は非常に落ちている。福島第一原子力発電所の問題、計画停電の問題、燃料の高騰等で満足に企業活動ができないという客が多い。今後も半年くらいはこのような状況ではないかと予測が付き、求人どころではないという感じである。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・景気が上向いており決算が期待されたが、東日本大震災直後より影響が出始め、業績が悪化している。
	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏では節電、計画停電に気を配りながらも通常業務に戻ってきているが、東日本大震災の影響により、職場の状況等で働けないスタッフが多数いる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・やはり東日本大震災の影響があり、3月末での取引社数が減っている。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・元々、雇用は大氷河期だったところに、東日本大震災や計画停電が追い打ちを掛け、企業が採用を一気に凍結してきている。特に中途採用は急に冷え込んでいる。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・2月は新規求職者数が8.4%の減少、新規求人数が8.7%の増加となり、有効求人倍率が前月比で0.07ポイント上昇し、雇用情勢の改善が見えてきたが、東日本大震災の影響で求人数が減少に転じている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災による今後の影響が見えないため、求人も求職者もいずれも減少傾向である。新しく登録する求職者は通常の7割程度であり、新しい求人に関しても同様かつ現在活動中の求人のペンディング意向も強い。