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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	旅行代理店（支店長）	・東日本大震災の関係で、今月が最低と思っている。ようやく地震後１か月半近くたったので、旅行への機運が出てきている。また気候も良くなってきたので出掛けよう、自粛は止めようというような雰囲気が客の様子からも出てきているため、回復していく。
		ゴルフ場（支配人）	・東日本大震災後のキャンセルはあったが、３か月後は客が様子を見ている状況でキャンセルは出ず、そのまま予約が落ち着いている。
	やや良くなる	一般小売店［祭用品］（経営者）	・復興ムードが出てきたので、ゴールデンウィーク明け以降は良くなる。
		一般小売店［家具］（経営者）	・東北方面の東日本大震災後の復興がこれからいくらか期待でき、多少良くなる。
		一般小売店［酒類］（経営者）	・東日本大震災の影響で商品はいまだ順調な流れとは言えないが、少しずつ回復していく。
		百貨店（営業担当）	・一部のカテゴリーでは復調の兆しが見られる。余震が続くなかで不安による消費心理の冷え込みも心配されるが、一方で経済の活性化が復興の鍵となるといった報道にも後押しされるようになり、今後の需要は増える。特にアパレル関連についてはクールビズ対応商品、家庭用品では節電対策商品の需要増により、緩やかに回復していく。
		百貨店（販売管理担当）	・これから先の気温上昇を迎えるにあたり、節電による冷房の自粛などから、クールビズや夏の快適生活やアメニティ関連の需要が喚起されるとともに、トラベル需要なども次第に回復してくるため、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・今月は風評被害又は福島第一原子力発電所等の問題で、購入商品や産地等、かなり敏感な買物動向が見られた。それが落ち着き、福島第一原子力発電所や復興の国民負担の金額等が発表されることで動きに多少変更はあるとしても、期待値も含めて今月よりも良くなる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災以来、イベント、フェア又は催し物、あるいはたばこや商品が入らない等いろいろなことがあったが、昨日より今日、今日よりも明日と少しずつ落ち着いてきている。今では大分良くなり、あとはたばこだけという形になってきている。５月になると一段とたばこが入荷する予定があり、そのあたりからだんだんと回復していく。また、フェアもあるので、通常に少しずつ戻っていく。
		コンビニ（エリア担当）	・復興需要の高まりで、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・復興へ向けて、良くなることを期待している。
		コンビニ（商品開発担当）	・商品の供給面では平静を取り戻してきたものの、容器包材の供給はこれから一層厳しくなる。また、小麦、石油を中心とした資源価格の上昇による商品値上げ、計画停電による影響等も不透明であり、それほど良くはならないが、現状よりは良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・計画停電が原則実施見送りとなり、１か月遅れで客数が増えてきている。また、省電力のためのエアコン自粛で、半袖ワイシャツ、清涼加工インナーの夏物需要が早くも出てきているため、やや良くなっていく。
		家電量販店（営業統括）	・４月で消費低迷が底を打ち、緩やかに回復基調に入る。４月の最終週になって生活家電を中心に節電商品への買換え、東北エリアの復興需要の拡大、企業の設備投資などで、実際の需要が伸びてきている。メーカーの商品供給に若干の不安は残るが、５月からは回復すると信じて準備をしている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の生産もままならず、納車予定もはっきりしないなかでの商談は難しく、客の購買意欲が下がっているが、中古車数は不足しており、価格が高騰している。
		乗用車販売店（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故は気になるが　東日本大震災からの復興ムードが高まり、建設業や観光業の活発化が進み、景気が上向きになる。
		乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災で中古のダンプ及びクレーン車の価格が飛躍的に高くなっている。そうした中で新車の需要については大きな変化はなく悪い状況だと思うが、中古車自体の在庫がないため、価格高騰の折、多少なりとも景気が良くなる。あくまでも震災の影響ということである。

		その他小売［ゲーム］（開発戦略担当）	・５～６月はショーが相次ぎ、業界全体で盛り上がってくることが期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災以降から現在までは恐らく今までで最低であるので、これからは少しずつ良くなっていく。
		一般レストラン（店長）	・希望的観測も入るのだが、ボーナスも出るし東日本大震災の影響も大分落ち着いてくる。復旧から復興に変わってきてくれれば、それなりにやや良くなっていく。
		都市型ホテル（支配人）	・自粛が和らぎ、キャンセルが復活しつつある。販売量はやや良くなっていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人宴会は日程変更した分が６～７月にかけて復活しており、婚礼も同様に６～７月にかけ変更し実施予定になっている。また様子を見ていた宴席の新規利用の問い合わせもあり、今月よりは確実に良くなる。宿泊はイベントの中止分の穴を埋めるだけの客数は回復してこないと思われ、ネットを通じての割安プランでの集客が頼りである。レストラン関係は個人利用をターゲットに販促活動を続けており、今月よりは回復していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響で新規来客がかなり減少していたが、徐々に戻ってくるのではないかという期待も込めて、もう少し上向きになってくる。
		旅行代理店（従業員）	・今月は底と感じており、３か月後に予約が少しずつ入り始めている。
		旅行代理店（従業員）	・業務性需要は厳しいが、観光性需要が様々なプロモーションによって回復してくる。
		旅行代理店（営業担当）	・広告効果で申込が増えている現在の状況が継続すると見込んでいる。
		タクシー運転手	・現状はまだあまり良くないが、これから東日本大震災、福島第一原子力発電所の状況が落ち着いてくれば、若干は客が戻ってくる。気温の暖かさと同時に、多少は上向いてくると期待している。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビ業界では、東日本大震災の影響で旅行等が縮小された分、家庭内娯楽のテレビに関心が向かうと見ている。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明ななか、インドアで時間を過ごす傾向が強まり、テレビの視聴時間も増加していく。
		ゴルフ練習場（従業員）	・付帯するレストラン等ではキャンセルになっていた予約等が再度入ってきたりしており、経済活動を再開している感があるため、やや良くなっていく。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で延期されていた興行が再開されることで、現在よりは好転する。
		その他サービス［立体駐車場］（経営者）	・これ以上悪くなりようがないのと、余震、停電が収まれば少しは良くなる。
		その他サービス［福祉輸送］（経営者）	・４月実績は３月11日の東日本大震災以降、受注のキャンセルが続いたため稼働は非常に低い状態だが、５、６月、特に６月あたりからの受注にはまだキャンセルが大して出ていない。そのため今の状況から考えれば２、３か月後はやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅の計画を中止する人が減ってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪すぎたので、持ち直す。ようやく来場者数の増加で、客の動きが出てきている。売主業者側も在庫整理のため値引きなどを行い、販売量がやや増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の復興計画が見えてきて、生活が少し安定してくれば、商品の動きも良くなる。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の余波、福島第一原子力発電所の状況によって、景気が非常に左右される。また買いだめというようなことに走っていけば、非常に厳しくなっていく。
		商店街（代表者）	・今の状況がまだしばらく続く。夏場に向かって良い状況になるか、大変不安を感じている。何か経済的な刺激策が無いと、今後売上が回復するにはほど遠い。
		一般小売店［和菓子］（経営者）	・客の様子が東日本大震災前に多少戻りつつあるが、まだ自粛ムード等が感じられるため、先は不透明である。
		一般小売店［家電］（経理担当）	・アナログ放送停波もあり、エアコンの時期になるので、変わらない。ただし、エアコンについては今から品薄になっているため、頭の痛いところである。
		一般小売店［米穀］（経営者）	・まだまだ厳しい状況が続きそうである。
		一般小売店［医薬品］（経営者）	・今月も東日本大震災の影響で非常に悪かったが、今後もこの状態が続く。

		百貨店（売場主任）	・７月以降の電力供給具合で変わると思うが、当面節電を実施するうえで、エスカレーターの一部運休や什器、ライト消灯の節電により、購買意欲は前年より下がる。
		百貨店（総務担当）	・相変わらず東日本大震災の影響は続いている。政府の対応の甘さ、夏場のピークを迎える電力問題等を考慮すると景気は変わらず、ややもすると悪くなる。
		百貨店（総務担当）	・３月は計画停電の影響が大きく、前年を大幅に下回ったが、このところ春物衣料品の売上が好調で、前年を上回ってきている。また、飲食の売上も前年に戻りつつある。
		百貨店（総務担当）	・現在が底と考えており多少は良くなると思うが、節電などの影響や客のマインドがどうなるかが依然不透明である。楽観視はできない。
		百貨店（総務担当）	・いったんは底を付きそうな状況まで来ている。この５、６月は比較的持ち直すことも考えられるが、また真夏の電力需要がピークになる時に節電の動きが国を挙げて行われることを考えると、今の状況とそんなには変わらない。
		百貨店（広報担当）	・産油国問題によるガソリンの高騰や、東日本大震災による雇用の喪失、継続する余震や福島第一原子力発電所の問題など、終息の見えない問題が多数発生しており、百貨店顧客の購買行動は抑え気味になる。今後も今しばらくは景気回復の足取りは重い。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災による消費者心理上での購買意欲低迷、雇用不安による所得減等の先行き不安がまだある。
		百貨店（営業担当）	・生活必需品中心からギフトや身の回り品の購入が少しずつ増えてきているが、先の見えない状況は続いており、特に高額品の回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		百貨店（営業担当）	・依然厳しい状況が続く。旅行も減るなど外に出る機会もそう多くはなく、百貨店で買うような物は後回しになることは必至である。カテゴリー別では上回るところも出てくるとは思うが、この春、商品が飛んでしまった中小企業は資金繰りが大変で、売りたいけど商品がない状況である。
		百貨店（販売促進担当）	・当店は好調であるが、周辺のホテル等は非常に厳しい状況であるため、まだ不透明な部分がかなりある。
		百貨店（販売促進担当）	・前年とはライフライン背景が異なる夏を顧客も想定できずにいるため、気候やクールビズの前倒しなど、場当たりの必需品や、情報による集団心理購買による集中先買いも考えられる。いずれにしても夏に向けた機能性商材が中心となり、そこにどれだけ関連購買や付加を加えられるかが課題である。
		百貨店（店長）	・東日本大震災の影響も落ち着いてきているので、良くて前年並みと予測している。
		スーパー（経営者）	・ずっとあまり良くない状態が続いており、東日本大震災で多少消費が活発になったものの、またその反動が来ている。客は余計な物を買わない節約志向が強いので、このままだとなかなか難しく、良くならない。売る側でいろいろと喚起する必要があるが、悪い状態はずっと続く。
		スーパー（店長）	・食に対する安全性ということで、福島第一原子力発電所の事故の問題がある。現に商品を産地名を記入して売っているのだが、客はそのあたりを大きく気にしており、事故の近隣地域産のものは一応手には取るが買物かごには入れない。そのまま売り場に置く様子を見ると、３か月後は良いよりは、悪いが大して変わらないという状況しか考えられない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の影響をいまだに引きずっており、また今夏も節電がキーワードとなり、客は自粛的なムードが見込まれる。間際になっての客の状況、買物の仕方は変わってくると思うが、少し読めない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災からの復興計画、福島第一原子力発電所の修復など、今直面している様々な問題を前進させ、世の中が少しでも明るくなって景気が上向くことを願っているが、２、３か月先はまだ無理である。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の後処理及び福島第一原子力発電所の事故処理の目安が付かないうちは、あらゆる産業に影響が出ており、景気回復にはほど遠い。
		衣料品専門店（経営者）	・自粛を自粛するムードが少しずつ高まってきているが、まだ旅行等の外出需要が少ない。その売上が大きいため、前年に届くにはなかなか厳しい。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災からの復興もやっと軌道に乗り始めている。今後の各自の努力次第である。

		家電量販店（経営者）	・東日本大震災の売上への影響は少しずつ戻ってきているが、不要不急であるハード商品の回復が鈍い。また、懸念材料として、メーカー工場への震災の影響で生産が滞ることが危惧される。
		家電量販店（店員）	・これから発売される商品や供給が伴わなければ、景気回復の兆しは見えない。
		家電量販店（統括）	・アナログ放送終了によるテレビの特需を期待するが、リビング用は既に買換えが進み、２台目３台目の中小型の販売台数が伸びる。よって、テレビの単価は改善されずに台数だけが伸びる状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・大手自動車会社の工場が今年の12月一杯までは50％の稼働率であるため、客が今新車を注文しても３、４か月かそれ以上掛かる車種もある。客に納期を十分に説明できないため、３か月先であっても状況は変わらず、それほど景気は良くならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災後の影響がまだある。自粛は意味がないとマスコミ等で言っているが、かなりの自粛ムードがいまだに漂っているため、変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車検や一般整備はほぼ順調に動いているが、東日本大震災以降、メーカーでの生産中止の影響で、注文はあっても納車までには至らない。そのため、販売はできても実際には売上になっておらず、低迷している。なお、生産ラインが復活すれば、また伸びてくる。
		高級レストラン（支配人）	・当社のようなサービス業はどうしても業績回復が他業種より遅れる。夏期の節電もあり、特に大口の法人需要の利用回復は早くても１年以上は掛かるため、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で自粛ムードがかなり強く、消費も控えているため、先行きが見えない。
		一般レストラン（経営者）	・自粛から消費への変化は宴会予約ゼロから週に１つ２つと戻ってきているものの、客の精神的安定にはまだ至っていない。
		一般レストラン（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故の見通しが改善しないと、消費マインドが上がらない。
		スナック（経営者）	・今の状態が続くとやはり変わらない。夏にかけては例年悪いが、この状態が続くと特に期待できるとは思えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の復興特需もあるだろうが、福島第一原子力発電所の動きもどうなるか分からないので、非常に不透明である。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響がまだ残ると考えられるため、変わらない。
		タクシー（団体役員）	・今の自粛ムードがいつまで続くのか予測が付かない。福島第一原子力発電所の事故による節電がどこまで回復するのかにもよるが、景気回復には時間が掛かる。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響は緩和されており、ＣＳ放送の新番組も始まったため、しばらくは現状同様の動きになる。
		通信会社（局長）	・起爆的な素材としてはスマートフォンがあるが、東日本大震災関連についての政府の指針がしっかり出されないと、マインド的に停滞感が残留する。
		通信会社（営業担当）	・７月の地上デジタル放送完全移行までは横ばいの見込みである。戸建のテレビ多チャンネルサービスは頭打ちであるが、集合住宅でカバーする。インターネット及び電話サービスは引き続き堅調に推移する見込みである。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で、顧客対象である地元商店街の飲食店の利用減少や、各種イベントの中止等で消費が低迷している。
		通信会社（支店長）	・卒業、入学の学割等による盛り上がりの収束で実績は若干落ち込むものの、各キャリアがまたスマートフォンの新商品を投入することによる買換え需要を含め、それなりに維持していく。
		通信会社（営業担当）	・完全地上デジタル放送化を迎え駆け込み需要は見込まれるが、逆にアンテナ切替による解約も相当数に上る。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災による影響で木造家屋の民間客からの調査依頼が来ている。行政の仕事は耐震改修の設計が少し増えてくると見ている。新築物件は恐らくほとんどない。
		住宅販売会社（従業員）	・今後２、３か月は建築材料の調達の見通しが立たず、今の現状と変わらない。その後はプラスに展開していく。
		その他住宅［住宅資材］（営業）	・今後３か月くらいでは悪い状況は変わらない。その後、東日本大震災の復興の需要が出てくれば、徐々に上がってくる。

	やや悪くなる	一般小売店［文房具］（経営者）	・ニュースや報道で東北の悲惨な光景や福島第一原子力発電所の事故等が非常に報じられているので、購買意欲がかなり落ちている。これは早急に回復するとは思えない。
		一般小売店［文具］（販売企画担当）	・何とか在庫分の材料を使って製品を作っているのが現状だが、徐々にここの部品がない、素材がないといった欠品してくる物が出てきている。欠品というよりも廃番になりつつあるような商品、例えば紙製品、コピー用紙等が作れない、ファイルで発泡ポリプロピレン製の物が作れない、椅子の部品が届かない等、こういった物がどんどん出てきている。これによって売上の減少が出てくるのはやむを得ない。
		百貨店（広報担当）	・東日本大震災による消費マインドの低下や、電力不足によって営業体制が不安定になることが予想される。売上動向の先行きが不透明であるため、やや悪くなる。
		百貨店（副店長）	・夏場にかけて、福島第一原子力発電所の問題が未解決であることに加え、節電の問題が再浮上することで購買意欲が抑えられてしまう。
		百貨店（営業企画担当）	・３月は東日本大震災の影響により売上、来客数ともに、30％近く落ち込んだ反動で４月売上は前年を上回っており、必需品以外は買い控えていた消費者マインドの反動が今後出てくると考えられるが、来客数は前年割れであるため、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・福島第一原子力発電所の事故の影響で、これからの季節、青果物などの主力産地である東北地方の打撃が大きい。相場の高騰も十分に考えられるため、顧客の買い渋りは十分に予想できる。
		スーパー（営業担当）	・福島第一原子力発電所の事故の影響度合いで、相当左右されてくる。
		スーパー（仕入担当）	・東日本大震災の被害と夏場に向けての節電の影響で、流通量が少なくなる商品が増える。また、節約ムードはますます高まり、物の動きが鈍くなる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニ等で扱う商品が希望通り入荷しないということはまだしばらくは続く。そのため、先行きに非常に不安を持っている。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の需要もなくなり、商品は逆に売る物がなく、厳しい状況になる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響がいろいろな形で出始めており、これからもっと表に出てくる。
		衣料品専門店（店長）	・夏から始まる計画停電によって客足がどう変わるかまだ予想が付かないため、悪くなる。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災から３、４か月たてば食品以外の買物にも目がいくと思っているが、本当に経済が安定するかは不透明である。これからの日本経済は全然先が見えない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているものの、東日本大震災以降、あまり車を買換えるという客がいなくなっている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・新車実績は前年比70％減で非常に悪い。新型車の予約受注が始まり、総受注は前年並に推移していて明るさはあるものの、東日本大震災による市場環境のため、全車種新車のフル生産は11月になる。この４～６月は特に悪い。
		住関連専門店（統括）	・現状では経済の活発化が見られない状態であり、当分この景気の冷え込みは続く。
		その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・夏の計画停電が実施されると、売上に大きく影響するため、不安要因である。
		その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・東日本大震災後の余震がまだ頻発していることと、夏期の電力需要増加による大規模停電回避のために電力使用抑制が求められており、15％削減は避けられない状況と感じている。そのため、客を迎える側としては現状、その状態に入った時にどのような形になるのかの見通しが立っていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚式の見込み客の動きはあるが、自粛モードにはなっているため、成約につながらない。
		通信会社（総務担当）	・東日本大震災の復興財源をどのような形で工面するのかにもよるが、消費税や所得税の増税が行われた場合、家計防衛のためにますます解約が増える。
		通信会社（管理担当）	・やはり東日本大震災による心理的な影響は大きい。回復基調になっているといえども、まだ本来の状況までには至っていない。
		観光名所（職員）	・前年実績を見ると２、３か月後は良くなってはいるが、東日本大震災でかなり旅客が減っている動向を踏まえると旅客は若干でも減るため、やや悪くなる。

		パチンコ店（経営者）	・当業界は協同組合との間で決めごとがあり、節電の対策で７～９月に毎月３回、店休をしなければならない。そのことも含めて、なかなか厳しい。
		その他レジャー施設［ホール］（支配人）	・東日本大震災被害のあおりを受け、余暇への消費が復活しそうな兆しは見えない。現在は他施設を利用して事業活動を展開してはいるが、当施設の復旧作業は当分目途が立たず、困惑している。客離れが進行しつつあり、この先の不安が増幅している。
		その他レジャー施設［ボウリング場］（支配人）	・東日本大震災の影響による所得の減額により、レジャーへの消費は今後冷え込む。
		その他レジャー施設［アミューズメント］（店長）	・来店率が落ち込んでいるなか、消費にも陰りが出てきている。電力問題でも良いニュースが聞こえてこないことで、直近での良い傾向は見込めない。
		その他サービス［学習塾］（経営者）	・春期講習は計画停電等の影響で入りが悪かったため、前年度と比較して人数が少ない。この後、そのまま入る予定がないので、夏までは少ない人数で運営していかなければならない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響がこれからますます出てくる。国の対策が待たれるが、財源等も非常に乏しいなか、これからさらに良くなるよりも悪くなる。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災の影響による鋼材類の価格高騰、一部の設備機器生産ストップなど、今後の発注に影響が出る可能性がある。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故による先行きの不透明感で、住宅購入に対して慎重になっている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・長期の天気予報によれば今夏も暑いとのことである。節電による店舗等でのエアコンの使用制限などで、購買意欲が減少するのではと危惧している。
		商店街（代表者）	・今年の夏は電力問題がどうなるかで大きく明暗が分かれる。計画停電や電力消費を強制的に抑える政策が取られると、相当な影響が出る。
		一般小売店［茶］（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故で計画停電が行われ、その結果、売上が大きく落ち込んでいく。今後は節電を進めていきたい。
		一般小売店［家電］（経理担当）	・エコポイント制度も終わり、一段落した感じである。東日本大震災後、特にエアコンなどの材料が値上がりしているため、今から確保している状態である。扇風機もメーカーによっては完売している所もある。
		一般小売店［衣料・雑貨］（経営者）	・東日本大震災で日ごろの商売が全くというほどに売れなくなっている。６か月ぐらいは悪くなる状況が続く。
		一般小売店［印章］（経営者）	・福島第一原子力発電所について目鼻をしっかりと付けないと、必要最低限の食料品等は動くと思うが、それ以外の商品についての動きは鈍化する。
		一般小売店［食料雑貨］（経営者）	・電力削減は大型店にとって対経費で見て効率が良くなるようであれば、売上が減っても利益の増が期待できるので今後の方向性を見極めるチャンスととらえたいが、売上にはマイナス材料である。
		一般小売店［茶］（営業担当）	・余震がまだ続き、企業もお茶以外の飲料関係、主にミネラルウォーターの供給がうまくいかず、お茶屋にも問い合わせが多く、納品が難しくなっている。また大きな地震が起きてレンタル機器等が倒れて、損害が大きく膨らむ懸念もある。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後、来客が少なくなっているが、先行きがまだ不透明で自由な行動ができていない感じがある。イベント等の自粛が広がってきている感もあり、なかなか買物をする雰囲気ではないようである。
		スーパー（ネット宅配担当）	・電気料金の値上げや復興財源確保のため増税等が避けられない状況から、全体的に節約傾向が強まりそうである。夏場の電力事情から夏物商材が動くと思うが、商品の確保ができるか不安が残る。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響も当然あり、いろいろな催事も消え、必要最低限の物しかなかなか買わない傾向が続く。福島第一原子力発電所の問題が収まらない限り、この傾向は続く。
		衣料品専門店（経営者）	・明るい要因が少なく、売上確保のために、セール状態になっている。ゴールデンウィーク商戦でもかなりシビアな客が予想され、このまま暑くなると夏物商戦まで苦戦する。毎年恒例であった期間中のパレードも自粛され、期待感は無い。
		乗用車販売店（総務担当）	・先行き不透明感があり、自動車業界に対するイメージと自粛ムードの追い討ちで、とても厳しい状況が続く。

		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災の影響で海外からの客がゼロになり、今後先行き回復の見込みが立たず、２つあったホテルのうち１つが７月末日で営業終了に追い込まれている。長引く福島第一原子力発電所の事故の影響がどこまで続くのか全く不透明な状況で、存続も非常に厳しい状況である。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災に加えて福島第一原子力発電所の事故等もあり、風評被害も客の間では多く出回っているらしく、今後全くと言っていいほど予約もなければ問い合わせもない。暗礁に乗り上げてしまったような状況である。
		タクシー運転手	・東日本大震災でますます先が見えなくなり不安が大きくなったということが、客の中でもたびたび言われている。それがもう通常になってしまっている。
		遊園地（職員）	・計画停電が再実施される状態だと厳しいため悪くなる。
		美容室（経営者）	・やはり東日本大震災の影響で、買物をしなかったり、旅行に出なかったり、おしゃれをしなくなったりと、客は非常に財布のひもを引き締めている様子のため、悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・住宅を造る設計業務をしているが、行政の指名的なものが減ってきており、一般客の新築及び増築に対しての関心度が少し薄れている。耐震はやりたいがまずはお金は使わないで自分の所で取っておくといった守りに入っている。もっとＰＲをしなければいけない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災後も地価は下がる方向、建物の値段は上がる方向等で、良くなる材料は全く見えてこない。
		住宅販売会社（経営者）	・経済活動を自粛するムードが広がっているために、しばらくは景気回復は見込まれない。
		住宅販売会社（従業員）	・このゴールデンウィークの状況次第で傾向は変わるが、住宅展示場や各イベントの集客状況が前年比で２割近く落ちている。工事用の資材の入荷状況にも左右されると思うが、この状況下ではあまり期待できない。
企業動向関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・計画的な案件が先行き不透明な状況なので、もうしばらく我慢は続くものの、ゴールデンウィーク明けから徐々に動き出すと考えるため、現状が底だと思いたい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・100％戻るにはまだ時間が掛かるが、自動車関係は今後メーカーのラインの稼働率が少しずつ上がっていくことにより、当社の売上も徐々に上がっていく。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の影響は、首都圏では一時的なものと考えている。調達先の変更による生産開始や物流が戻りつつあり、大手製造業の今までの落ち込みの取り戻しなどから、いったん景気が上向く。
		その他サービス業［情報サービス］（従業員）	・３か月後には東日本大震災の影響が少なくなり、一部を除き通常の状態に戻っていると思うため、やや良くなる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・得意先の需要が非常に落ち込んでいるが、店に来る個人客が少しずつは良くなってくるため、変わらない。
		化学工業（従業員）	・東日本大震災の影響で少しは需要が増加しそうだが、全体では大きく変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響もあり住宅関連部品や医療容器の発注は今後増加しそうだが、材料値上げがしばらく続きそうで頭を痛めている。
		金属製品製造業（経営者）	・４月に入って受注が東日本大震災前の状況に戻っている。計画停電も落ち着けば、売上は確保できそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・福島第一原子力発電所の修復がいつになるのか分からない状況下では、空調機の販売は見通しが立たない。節電や省エネばかり言われ、商売は上がったりである。
		建設業（経理担当）	・東日本大震災以来、工場生産の材料が手に入りにくくなっている。高値方向に向かっているにもかかわらず低価格競争が続き夏に向かって良くなる材料が見付からない。
		通信業（広報担当）	・本格的な回復軌道に乗るのは早くても７～９月期以降になるため、変わらない。
		金融業（支店長）	・東日本大震災の復興計画や停電、節電に関することがまだ明確になっていないため、そのあたりが明確になれば変わっていく。
		金融業（役員）	・東日本大震災による生産又は売上の減少や、この夏の停電問題等によって、景気はしばらく厳しい状況が続く。
		不動産業（総務担当）	・東日本大震災の影響で最新ビルの需要が高まっているようである。古いビルは耐震性などテナントからの問い合わせが多くなっている。裏付け資料を元にきちんとした対応をしないと退去されてしまう心配が付きまとう状況である。

		経営コンサルタント	・建設業、卸、小売業などは今後、復興需要で勢いが出てくる可能性がある。しかし、サービス業は平常消費に戻るまで時間が掛かる。
		税理士	・建築資材は被災地に優先され、首都圏の供給は満たされない。電力不足による営業時間の短縮は今後も続き、夏場の節電はかなり響く。
		社会保険労務士	・東日本大震災の影響等もあり、良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・景気回復を期待したいが、停電の影響が読めないため、変わらない。
		その他サービス業［映像制作］（経営者）	・夏に向かって計画停電や長期夏休みも予想されるため、セミナーやイベント等の撮影が増えていくとは思えず、このまま下げ止まりの形でいく。
		その他サービス業［警備］（経営者）	・公共事業の受注もすぐには回復の見込みがない様子である。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・イベントの延期が中止になることも今後増えそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響と思うが、仕事の内容が大分少なくなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業界の動向が上向きになる要素が何もないため、良くなるという希望は全然ない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・非常に不安定な経済状態である。東日本大震災だけでなく放射線による海外からの風評被害等も懸念材料である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・売上はマイナス25～30％くらいかと思うが、その先のことは、自動車関係でいえば部品不足によって組み立てができないため、よく分からない。
		その他製造業［鞄］（経営者）	・得意先の話では、客数がかなり減ってきていると同時に、安い商品を開発しているということである。売行きはかなり落ちているようである。
		建設業（営業担当）	・今回の東日本大震災により木造、鉄骨造に関する耐震への不安が顧客に走っており、消費税増税と合わせて耐震補強工事を検討する顧客も増えている。しかし、震災後の影響で資材の搬入、購入が遅れており、引き渡しができず、顧客との工期延長に関する折衝をしながら、最終残金の入金対応に追われている。
		金融業（支店長）	・東日本大震災の復興にはかなりの時間を要するということで、原材料不足はまだ続きそうであり、このまま仕事ができない状況が当分続く。売上は減少、資金繰り的にもかなり厳しくなるので、条件変更、自己破産、倒産が増え始めていることを考えると、やはり下向きである。
		金融業（渉外・預金担当）	・福島第一原子力発電所を始め、仮設住宅などの対応が非常に遅く、どこに原因があるのか皆分からない状態が続いている。方向性やスケジュール観が具体的にイメージされない限り、本格的な回復は望めない。一言でいえば、じり貧である。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災や原油価格上昇の影響で、商品材料の値上げ要請がある。商品の値上げができないため、利益減少が見込まれる。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災の影響でイベント、宣伝の中止もしくは規模縮小が続き、売上が落ち込んでいく。
		その他サービス業［廃棄物処理］（経営者）	・先行き不透明感の根強さに加え、厳しい価格下落傾向並びに原材料の値上げも重なり、低迷状態がしばらく続きそうである。
		その他非製造業［商社］（営業担当）	・東日本大震災の影響が大きく、やや悪くなる。
	悪くなる	繊維工業（従業員）	・仮に福島第一原子力発電所の事故が早期に収束したとしても、風評被害を含め、景況は今後も当分回復の目途は立たない状況が続く。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・東日本大震災による計画停電等、相次いで影響が出てくることは確実で、その波及による悪材料があり過ぎる。
		建設業（経営者）	・公共事業も少なくなっているし、民間も設備投資を控えるようになっている。
		輸送業（経営者）	・自動車の部品は前月14日から既に休業状態で、メーカーが完全に休んでいるため運ぶ品物が無い。また、携帯電話のマニュアルについても、いつ発送ができるか分からないという話である。先は真っ暗で、何とか明るく、少しでもと望みを掛けているが、どうなるか心配でならない。

		輸送業（経営者）	・被災地の復興計画が順調に進み実施に入れば、ある程度の景気回復は見込めるが、放射線が非常に大きな話題になっているため、その影響を考えると景気の浮揚はまだ難しい。
		輸送業（経営者）	・燃料価格が急騰して高値の状態が続いており、この先まだ上昇する可能性が大きいとのことである。現在、売上が減少又は低迷しているなかで、経営に掛かる負担増が大変懸念さ
		輸送業（所長）	・燃料価格がこれだけ高騰してくると荷主に値上げ交渉をしなければならないが、東日本大震災で物流が停滞気味のため、それどころではないといった空気が出始めている。結局、運送会社が負担しなければならず、厳しい状況が続く。また、どこの客に聞いても前半はあまり物が動かないとの見通しである。復興が始まるのは９～10月ぐらいと見ているため、それまでは厳しい。
		輸送業（総務担当）	・東日本大震災からの復旧に必要なライフライン関連製品でも、出荷が決まっていない。メーカーのラインも電力の関係で変則的な操業になっている。物流業者も変則操業に合わせて夜間の対応などで手当等が増え、経費増である。
		金融業（従業員）	・東日本大震災の前まで景況感はわずかに持ち直しの動きを示していたものの、震災後の生産の停滞や計画停電の実施などの影響から、悪化傾向の強まりが懸念される。
		金融業（支店長）	・東日本大震災による直接的な被害は判明してきたが、２次的な影響についてはこれからである。計画停電、節電の影響、消費の落ち込み等、未確定の要因が多いため、企業の中には予算を組めない所もある。
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災の後遺症が明確化している時期であり、復興初期の局面では広告の出番は少ないと思うが、仕方ない。ひたすら耐えるしかない。
		広告代理店（営業担当）	・夏からの電力調整がどのように作用するか分からない。イベントものが多い分、かなり厳しい。
雇用関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・自粛の雰囲気が回復すれば、今よりは上向きになる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の製造ラインの体制が整えば、また求人も少しずつ前に戻る。今の状況が非常に悪いので、これから徐々に良くなると確信している。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災の影響で新たに発生した損害保険会社の対応業務は減る見込みであるが、地上デジタル放送への変更を７月24日に控えており、最後の切り替えのための業務は増える予定がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用数が増えない限り、現状から大きな景気浮揚は見込まれない。
		人材派遣会社（営業担当）	・夏に向けて節電対応による影響が縮小という形で表れる。首都圏から西日本方面に業務を動かす計画の企業も出てきている。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣の依頼は堅調に推移する見通しだが、人材紹介の依頼が減ってきている。企業側も業績の先行き見通しが立たず、採用を手控えている状況がうかがえる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用プロセスの変更は学生、中堅企業に混乱を招く。６月に大手が決まり始めると、既に内々定を出していた中小企業の内定辞退が発生する可能性がある。その対応に関する問い合わせは増えるだろうが、追加的な採用広報は限定的で、採用情報業界へのプラスはない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災の復興ニーズが顕在化するのは、もう少し先である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響はまだまだ続く気配であるが、公共事業など復興の兆しが出始めれば消費ムードも高まり、様々な業種で求人が増える。夏は計画停電等もあり、動きが出るのは秋以降である。
		新聞社［求人広告］（担当者）	・結局のところ、従来の主だった客の発注がどんどん減っていくなかで、新規客でそれを補う形で来ている。夏に向かって少しずつ下がっていく傾向にはあるが、何とか現状維持でいく。
		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請が増加している状況と、福島第一原子力発電所の事故処理の遅れによる風評被害、夏場の電力不足等が心配されることから、現状と変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・少しずつは回復していくが、３か月は様子見が続く。その先は国内の復興需要に合わせて活況になるのか、グローバルの流れのなかで景気がどうなっていくかが見えない。

		学校［専修学校］（就職担当）	・東日本大震災の影響から業績予測が立たず、今後も新卒採用を見送る企業が減少する見込みがない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災よりも福島第一原子力発電所の関係で、物流、作業者等に非常に支障が出ている。これから良くなるとは夏に向けて考えられないと言う経営者が多く、中国へ再度行こうかというような人も多い。
		人材派遣会社（社員）	・各メーカーの生産回復次第である。電力不足やサプライヤーの部品の供給回復が長引けば、製造関連会社の雇用も停滞する。
		職業安定所（所長）	・東日本大震災の影響は地域的には意外に少なく、求人も減ってはいない。しかし現在も進行中の危機と言うべき福島第一原子力発電所の影響を考えると、当面、景気が良くなるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・今回の東日本大震災の不景気要因は、短期間では回復しない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題で、最終役員面接まで決まっていたものが外国人役員の緊急帰国でストップし、急停止状態となっている。国内企業の中途採用も実質上ストップしている。復興需要は、中途採用面ではまだ期待できる所にも来ていない。
		学校［大学］（就職担当）	・東日本大震災の影響で、やや悪くなる。
		学校［短期大学］（就職担当）	・以前から景気が悪い状態だったが、東日本大震災で各業界は更に低迷の状況である。景気が良くなるには相当な月日を要する。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で自動車系部品製造会社の生産計画が不透明な状況で、人員調整を行わざるを得ない。今後においても業績低迷に伴い、派遣縮小がますます加速する。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・被災地支援や外国人労働者の穴埋めのため、期間労働者やアルバイト求人は一時的に増えるだろうが、産業が正常化しない限り、正社員の採用は好転しない。フリーターを爆発的に増やすだけである。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災による消費マインドの低下等で来月以降、慎重に様子見している企業が多いため、悪化する。