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	○	○
	やや良くなる	一般小売店［医薬品］（経営者）	・この２、３か月は東日本大震災の影響で最悪の状態だったが、徐々に消費者も消費行動に出てくるため、やや良くなる。
		一般小売店［家具］（経営者）	・東日本大震災も大分落ち着いてきたし、いろいろな意味で客が消費に多少目を向ける時期になっていく。
		百貨店（売場主任）	・気温の不順が想定されるため、前年の猛暑での秋物不調から、今年は動きが早めになる。
		百貨店（総務担当）	・梅雨明けが例年より早かったこともあり、衣料品の売上が前年を上回っている。全体的な売上も３か月連続で前年を上回っており、その傾向が続く。
		百貨店（販売管理担当）	・来客数は微減だが、夏休みの旅行需要やお盆用のブラックフォーマルの売上が堅調に推移していることから、今後の需要回復の動きが見込める。
		百貨店（店長）	・東日本大震災後、都内百貨店に流失していた客が地元の百貨店での買物へと変化している様子が見られる。４～７月までの状況は前年売上を上回っており、先行きもやや良くなる。
		スーパー（店長）	・現状は客の買物の様子を見ても買い控え等は見られず、外的要因、特に円高等で急激に日本経済が悪化しない限り、更に良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・千葉県では東日本大震災における液状化の問題が非常に多く取り沙汰されたが、その関係で工事がどんどん多くなってきており、これからもしばらくは工事関係の来客が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・今年の秋冬はデザイン面で魅力のある商品が多く、消費者も夏のクールビズ商材に引き続き、服装に対する関心が高まっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・まだ前年並みにはならないが、徐々に売上が伸びてきているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新規の来客が増えてきているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月も含めて現在は市場も低迷しているが、今後生産も徐々に追い付いてきているので、需要も徐々にだが回復する。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車の需要はまだ良くないが、いろいろな話の中で中古車や部品が売れているとか、整備に関してもプラスが多少増えているということであり、東日本大震災の影響後、多少良くなってきている。特に３、４月は震災の影響で車が作れなかったので、今はオーダー数が結構増えてきて、商談も徐々に出てきているという話を聞いている。８～10月あたりに新車の拡販ができ、また部品も売れると期待している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・10月には大手自動車メーカーの生産が東日本大震災前に戻るので良くなると言いたいところだが、節電による経済の不透明さや円高も続く。楽観視はできないが、企業や消費者の動向がやや上向いてきたと期待したい。
		その他専門店［雑貨］（従業員）	・震災対応の商品等が売れると思うため、やや良くなる。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から、やや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・企業によって業績の良し悪しが完全に分かれているところが今後の気掛かりな点であり、夏の節電の影響が秋以降にどのように出るかも不透明であるが、全体の景気としては回復傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災後の小さな企業努力が少しずつ実を結び、数字的には横ばいだが伸びを期待できるという声が多い。
		一般レストラン（店長）	・猛暑も節電も終わり通常に戻ってきて、今よりもやや良くなると期待している。
		都市型ホテル（経営者）	・１日も早く安全宣言が出されることがない限り、サービス業、ホテル業界は全く先行き不透明である。福島第一原子力発電所の事故の影響次第で、どうなるか全く先が読めないというのが偽らざるところであるが、現状よりは良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量も徐々に回復基調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・秋から冬に掛けての宴会の集客数は前年並みまで来たが、客単価は下がる。レストランの集客はこれからだが、婦人対象にお得感のあるイベントを打って集客に努め、夜の法人利用減少を少しでもカバーして、前年の95％を集客したい。宿泊は周辺のイベント会場での催し物にも左右されるが、９月以降の予約状況は前年並みの入れ込み状況となっている。

		都市型ホテル（スタッフ）	・放射線の件がまだどうなるか分からず不透明であるが、東日本大震災の復興に伴う特需等が出てくるため、全体的には上向きになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災後より客の動きが活発になってきた印象があるため、やや良くなる。
		都市型ホテル（統括）	・東日本大震災の復興が進み、旅行を中心に動きが出てきている。
		旅行代理店（経営者）	・夏場に海水浴場等が放射線汚染の可能性があるなどのこともあって客の間では少し敬遠しがちだったが、夏に遊びに行かなかったので秋口にはどこか行こうかというような家族客等が増えている感じなので、やや良くなることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響が薄らいで業務需要が回復しつつあり、先行していた観光需要も更に戻りつつある。
		旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え、国内団体旅行の受注件数が増えている。航空機の予約席も、便によっては団体席が満席の便も発生している。
		旅行代理店（支店長）	・春先に延期した客が今問い合わせ中なので、必ず戻ってくる。また、皆お金を使おう、旅行に行こうという気持ちが更に継続して大きくなり、旅行の需要につながっていく。
		通信会社（経営者）	・夏を越え、一応電力不安がなくなり、気持ちが持ち直す。
		通信会社（経営者）	・大手競合他社等との競争は依然厳しさが続くが、東日本大震災の影響を脱却し、多チャンネル需要が回復する。
		観光名所（職員）	・これから本格的な夏休みに入るため、旅客が増えることを期待している。
		ゴルフ練習場（従業員）	・客から受ける印象から、景気はやや良くなっていると感じる。付帯するレストランも売上は前月、前々月を超えてきているので、順調に推移している。今後、景気はやや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・今後の予約状況は現状あるいはそれ以前より、ある程度の集客を見込んでいる。
		その他レジャー施設［スポーツ施設］（支配人）	・節電を各家庭、企業が努力したため、計画停電が実施されずにきており、経済活動が今後も阻害されることなくいくと思うため、やや良くなる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・円高と東日本大震災の影響の低減により、外国人客が回復している。この様な回復基調は今後もしばらく続くと見込まれ、やや良くなる。
		設計事務所（経営者）	・行政の指名は、この２、３年間は耐震診断がメインだった。現在は耐震診断はかなり終わってきて、学校の改修等、増築もしくは新規の計画が多くなってきている。耐震診断ではない物件が順次増えてきたということで、先が少し明るくなってきている。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災によるものが多く、この業務が終わった時、通常業務がどれくらい動くかが心配であるが、今のところ少し忙しくなってきているため、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・建築のコンサルタント物件が多少出てきているうえ、実作業につながると思うので、多少良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・例年８月の販売量は稼働日数の関係もあり落ち込むが、９、10月は緩やかに良くなってくる。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が増えている。客の気持ちが落ち着いてきている。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災直後の何事に対しても自粛するムードはかなり薄れてきており、電力不足も今のところ深刻さはなく、通常の状態に戻りつつある。
	変わらない	商店街（代表者）	・衣料品や食料品関係はまあまあというところだが、その他の業種は相対的に見て、東日本大震災後はなかなか厳しい状況が続いている。価格競争のはざまに入ってしまっているため、今後どうなっていくか、厳しい状況である。
		商店街（代表者）	・気温の低下による節電自粛は今よりは緩和されるだろうが、この先、景気の劇的なカンフル剤が投入されるとは考えにくい。
		商店街（代表者）	・現在の様子から、とにかく早くいろいろなものを解決しなければ安心して生活できないということが大きい。
		商店街（代表者）	・売上と人出は戻ってきているが、飲食や夜の店がかなり苦戦を強いられている。客の引けが早く、東日本大震災前のような夜飲み歩く状況までには至っていないようである。この状況が続けば、昼間は良いが夜の店や飲食店は閉店もあり得る。
		一般小売店［文房具］（経営者）	・今月も商店街として売出しをしたりしているが、盛り上がりに少し欠けているような感じがする。その原因が何であるかは分からないが、この状況が続く。

		一般小売店［文具］（販売企画担当）	・今後の外商などの物件、案件等に関しては、出ていることは出ているが、まだ決定には至っていないものもある。未確定な要素が多分にあり、今後のことは計り知れないため、良くもなく悪くもなく、変動はない。
		百貨店（広報担当）	・足元の状況は少しずつ良くなっているものの、福島第一原子力発電所の問題が今後どのように消費行動に影響してくるのか不透明である。また、業績悪化による雇用や賃金状況の悪化が懸念材料である。
		百貨店（営業担当）	・今年は梅雨明けも早く猛暑日が続いたことと、節電によるクールビズ効果もあり、日傘、帽子、ハンカチ等の婦人用品とワイシャツ、肌着等の紳士洋品が好調に推移しているが、これは天気によるものである。今後の天気次第で売れ筋商品の動向が変わってくるので、景気が良いか悪いかの判断がしづらい。
		百貨店（営業担当）	・この節電の状態では厳しさが残る。当店も８月は何十年以来の４日間の休日を設けて節電に備えるが、休日の売上を確保するのは難しい。また、休日を設けない店も残暑等が続くと洋服は厳しい環境にある。
		百貨店（営業担当）	・全体的な回復傾向は続くが、福島第一原子力発電所の事故の影響による食料品の売上減に対する懸念がある。商品分類別では、猛暑対策としてクールビズ対応及び冷感寝具等のヒットがあり、相殺されている。食料品の安全志向による購買の慎重姿勢は変わらないと思うので、秋口に向けた新しい提案、取組みがこの回復基調を維持する秘けつであるといえる。顧客単価は堅調に上がっており、来客数増が２、３か月後のポイントとなる。
		百貨店（営業担当）	・現在好調である節電関連商品も一巡しつつあり、急な景気刺激策がない。政治不信も続いており、今後好転する要素はない。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災による消費マインドの低迷はいまだ払しょくされていない。また、今後の政策見通しも不確定ななかで生活不安の増大が懸念され、内需は明るい展望を描きにくく、先行きはまだ不透明である。
		百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災後、約半年が経過し、各部門でほぼ持ち直してきているが、全体を押し上げるほどの力強さは感じられない。
		スーパー（経営者）	・今月は少し良く、２、３か月先も同じような状態が続き、変わらない。これから先のことは分からないが、７月から多少上向き、良くなるという感じがしている。
		スーパー（店長）	・業界全体の売上は頭打ちの状況であり、単発的な消費なので、到底景気を底上げできるほどの力は無く、依然として楽観視することはできない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復興については非常に長い期間が掛かると見込まれ、またそれが具体的にいつまでというものが見えないなかで、客自らが積極的な購買に走るということは見受けられない。そのため、天候、気温与件に関した物のみが売れ、それ以外の物は比較的購買力が下がっていく。
		スーパー（仕入担当）	・前年は９月以降も猛暑が続いていたので、気温との相関により売上が変化していく。ただし、一部商品については放射線の影響が懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・食品の放射能汚染問題はますます広がる可能性がある。青果物、水産物等、北関東、東北地方の食品全体へと広がっていくことが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・天候の影響で売上は回復したが、自然頼りで不安な要素も多々あり、今の売上を維持するのは難しい。
		コンビニ（店長）	・たばこの購買はここ２、３か月好調ではあるが、これは不安感の表れのようにも見える。また、店頭の道路等を掃除していると吸殻がやはり以前より増えているように感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・現状の気候、気温のままだと、今のまま停滞する見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物が今回早めに動いているので、バーゲン等も早めに入っており、８、９月は夏物の動きが前年より落ちる。しかし、全体としては上向きに変わっているので、前年並みである。
		衣料品専門店（経営者）	・９、10月は行楽の季節になるが、福島第一原子力発電所の事故による放射線汚染で消費者の行動範囲が狭くなる。購買意欲は出てきてはいるが、価格にはかなりシビアで、そう簡単に景気は上がらない。

		衣料品専門店（店長）	・暑い天気が続いたために省エネ関連の衣類のみ好調であり、今後もその傾向が続く。一方で節電のために商品生産に遅れが出たり、放射線不安から海水浴が敬遠され水着が前年比半減程度、祭りも自粛で浴衣の動きが悪い状況は今後も変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売は東日本大震災後、あまり芳しくない。今年一杯は駄目である。
		乗用車販売店（総務担当）	・景気は上向き感があり、今後は新型車の導入が見込めないなかで、ＥＶ車への期待が大きい。しかし電力消費抑制の影響で、顧客が興味を抱いていないようである。
		乗用車販売店（営業担当）	・自粛から節電ムードへと、節約することによって以前のように景気が停滞していく。
		乗用車販売店（店長）	・受注からの登録にまだ時間が掛かっている。６月から工場の立て直しもあるが、当月マッチ率は非常に厳しい状態が続いており、売上台数は目標未達、前年割れとなりそうである。
		住関連専門店（統括）	・今のところ景気が良くなる要素がなく、また売上に結び付くものがないため、現状を維持するのがやっとであり、これから良くなることはなかなか見込めない。
		その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・節電避暑地とバーゲンセールの相乗効果により、来館者数は増加している。先行きの景況感は円高等、不透明要素はあるものの、底堅く推移する。
		その他小売［ゲーム］（開発戦略担当）	・しばらくは低調が続く。
		一般レストラン（経営者）	・３か月後も今と変わらず、また、被災者支援の増税等が検討されているため、まだ消費は良くなるとは思わない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災後、少しずつ景気が戻ってきて現在に至っているが、２、３か月後は恐らくあまり今と変わらない。少しずつ戻ってはいるが、ショックが大き過ぎて経済はなかなか元に戻らない。
		一般レストラン（経営者）	・前月は売上が前年比100％と立ち直りを見せたが、今月は96.5％とまた落ちてしまっている。２～３か月続けて100％を超えないと、良くなるとは言えない。
		スナック（経営者）	・８、９月は暑いせいもあり、他のレジャーに客を取られれ、少し寂しくても例年のごとく客足は遠くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外の客がなかなか戻ってこない。福島第一原子力発電所の事故、食品の放射能汚染問題等の問題もあり、先行きは不透明である。
		タクシー（団体役員）	・第２次補正予算も通り、東日本大震災復興特需に期待はするものの、福島第一原子力発電所の事故の収束見通しが立たず、更に電力不足による企業や一般家庭の節約や自粛は続くため、個人消費の回復は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化の特需が終わり、厳しい状態に戻る。
		通信会社（支店長）	・各社スマートフォンへの機種変更も好調に推移しており、当面この状況は継続する。
		通信会社（営業担当）	・客は将来に備え、消費を抑えて貯蓄をしているようである。
		通信会社（営業推進担当）	・年末までの下半期は家電エコポイント制度復活の可能性も低く、テレビ、白物家電を中心とした商品の買い気配が全くない。
		通信会社（管理担当）	・比較的落ち着いた状況で、年内は現在の状況が続く。
		遊園地（職員）	・景気回復を期待できる材料が見当たらないため、変わらない。
		パチンコ店（経営者）	・輪番店休で月に３回休まなければいけないことになっている。確かに客は流れてくるが、普段は月１回の休みなので、営業的には休みが多くなって売上減少になる。日々の数字は少し良くなるが、トータル的には今現在と変わらない。
		その他サービス［福祉輸送］（経営者）	・現在は、復興のための投資などの分野で非常に活況を呈している業界と、逆に東日本大震災の影響等で注文がない等の業界の２つに分かれている。その影響がどうなっていくかによって、また、当社との関係がどういう具合になっていくのかによって、大きく結果が出てくる。そういった意味では、良い部分もあるけれど悪い部分もあり、変わらない。
		その他サービス［保険代理店］（経営者）	・この先も恐らく低水準で移行し、大きく好転することはないと確信している。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場等の来場数には変化が見られないが、土地の流通が良くなっている傾向があるため、上向く可能性はある。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響は底を打った感じがするが、回復までには至っていない。

		住宅販売会社（従業員）	・前月はボーナス支給月ということで一時的に販売量の増加があったが、今後２、３か月先の景気が変わりそうな要素が全然見付からないため、景気は変わらない。暑い時期が過ぎて客の動きが出てくることを期待したいが、販売量の増加につながるかは疑問である。
		その他住宅［住宅資材］（営業）	・東日本大震災以降、需要が低迷しており、どこの客先でも先が見えないというような話をしている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の購買意欲が減退しているのが大きな理由である。買うまでに非常に悩んで競合店をかなり回り、なおかつそれでも我慢してしまうというようなことがある。我慢する傾向が非常に強くなってきたと思うことが多くなってきたため、今後商売が拡大基調にいくのは大変難しい。
		一般小売店［和菓子］（経営者）	・東日本大震災の影響や、高速道路料金休日上限が無くなり、帰省等がしにくい状態が続くと思うため、帰省土産の需要が落ち込む。
		一般小売店［茶］（経営者）	・今年の一番茶、荒茶を調査した結果、全工場にて規制値を大きく下回り、安全であることが証明された。これは産地からの情報であるが、当小売店としては前年比２けた減となっているため、やや悪くなる。
		一般小売店［家電］（経理担当）	・エアコンの売れる夏が終わると、秋に主力となる売れる商品がないため、９月からは厳しくなる。
		一般小売店［家電］（経理担当）	・地上デジタル放送化の済んでない客の対応もあるが、今までのようなことはないと思うため、やや悪くなる。
		一般小売店［祭用品］（経営者）	・個人消費はあまり伸びない。品質より価格重視の傾向が顕著に見られる。
		一般小売店［茶］（営業担当）	・暑さや湿度が増すなか、ますます節電対策を実施する企業が増え、給茶機が停止することによるお茶や粉末等の注文が止まってきており、今後売上が急速に悪化する。
		百貨店（総務担当）	・まだ一進一退が続く。現状良い部分はあるが、中元は悪かったなどのマイナスもある。また、食品の放射能汚染問題等で、売上が左右する懸念もある。６、７月より良くなるとは考えにくく、注視していく必要がある。
		百貨店（広報担当）	・７月当初までは被災地復興に向けた様々な応援施策を行うなど景気回復策が積極的に行われていた。ところが、最近は福島第一原子力発電所の事故に関する放射線問題が先行し、食品の放射能汚染問題など景気に悪影響を及ぼしている。特に当社はターミナル百貨店として食品の売上のウエイトが高く、その影響を考慮せざるを得ない。
		スーパー（店長）	・競合店で酒の販売ができなくなったのが６月中旬で、約３か月間と聞いている。そうすると９月あたりに酒の販売が再開されると思うので、その部分の特需が９月の段階では無くなり、10月については若干落ちる。
		スーパー（店長）	・節電問題や被災地への援助金等、増税に関する不透明感が将来あると考えられ、無駄遣いや余分な出費を控える。
		コンビニ（経営者）	・当店は１年を通すと７月の売上が一番高い。８月はやや落ちるが大体横並び、９～11月と冬に向かって売上と客数が若干減っていく。それに加えて、原子力発電所の問題等で電気料金の値上げや子ども手当の関係、法人税あるいは所得税等、増税関係の話がどんどん入ってくると、少し景気は下向きになっていく。
		コンビニ（経営者）	・政治の不安定や円高、いろいろな不安要素が多いので、２、３か月先が良いか悪いかは到底分からない。多分悪くなるとは思うが、はっきりしたことは今からでは分からない。
		コンビニ（経営者）	・円高、原材料の高騰、電気不足、このあたりが大変大きな要因である。
		コンビニ（経営者）	・天候不順と景気の先行きに対する不透明感が大きく消費者心理を冷え込ませている。
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこ特需については値上げが一巡し、また品薄も解消され、町のたばこ屋や自動販売機にも商品がある程度供給されることが想定されるため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・安い物は出るが良い物、値の高い物が動かない。８月に向けてどちらにしろ売上は落ちるのだが、９月に入ってからの当業界の本番も、大変不安な状態にある。
		衣料品専門店（経営者）	・この夏の予定が少なく、目的による購買が無い。天候も読み難く、晩夏物の展開が不安である。

		家電量販店（営業統括）	・政府主導のイベント（エコポイント制度、地上デジタル放送化、節電）消費が終了し、今後顧客の消費を喚起する事象が急減するため、顧客の購買欲がどのような方向に動くのか予測が難しい状況である。秋以降に、引き続き節電や、復活すると噂されているエコポイント制度の内容次第で、大きく消費は変化する。また、増税が何時、どんな方法で実行されるかでも、消費動向は大きく変わるが、しばらくは下降傾向である。
		家電量販店（統括）	・業界の需要を喚起する要素が見えない現状において、先が見えない。
		住関連専門店（店長）	・放射性物質含有の材料、肥料などの影響が出る。
		タクシー運転手	・とにかく先の不安が大きく、無駄遣いできない状態が今後もまだ続く。
		通信会社（企画担当）	・先が読めないので悪いほうを想定し、やや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対策が一段落して加入数は落ち着き、やや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送完全移行完了に伴い、その対策としての役割を終えて需要が少なくなるため、やや悪くなる。
		その他サービス［学習塾］（経営者）	・塾に行かせる範囲が変わってきている。近くの塾にくら替えをする等、東日本大震災以降、地震が起きたりして交通機関のまひ等が考えられるため、遠くから来ている子どもたちの人数が大幅に減っている。したがって、景気はやや悪くなる。
		その他サービス［立体駐車場］（経営者）	・季節的に衣服を買うために来るが、出費を控える気持ちは変わらないため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災があってから予算をそちらにとられ、地方に回ってこない状況である。なかなか新築の仕事がなく耐震や改修となるが、仕事にありついたにしても受注金額が非常に少ない。これからますます業者間の競争の激烈さは増し、景気が良くなるはずがない。
	悪くなる	一般小売店［家電］（経営者）	・地上デジタル放送化の特需で商品等は出たが、周りがあまりにも値崩れしていたため、売上がなかなかできなかった。これから先はその特需等が全く無くなる。エアコンの需要はまだ少ないし、東日本大震災の影響もあり、いろいろな意味で電気工事等も遅れている状況がまだ続いている。これから良くなるのは少し難しい。
		一般小売店［食料雑貨］（経営者）	・競合店が多くオーバーストアのため、悪くなる。
		家電量販店（経営者）	・前年のエコポイント制度の効果や猛暑によるテレビやエアコンの高い実績、今月のアナログ放送終了でのテレビ需要の前倒しで、今後しばらくは主力の白物家電やテレビ等が非常に厳しくなる。
		その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・今月また競合店がオープンしたため、先行きは非常に厳しい。
		タクシー運転手	・女子サッカーの奮闘で日本中明るい雰囲気になったのもつかの間、食品の放射能汚染問題、アメリカの財政赤字問題で円高が続きＶ字回復を期待する日本企業の業績見通しに暗雲が広がり始めている。大手電力会社は停止中の原子力発電所の運転再開時期の見通しが立たない等、当業界でも少なからず影響を受けている。
		ゴルフ場（従業員）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故など、今はとにかく頑張るしかない。日本はとにかく大変な状況で、簡単に景気は良くならない。
		美容室（経営者）	・東日本大震災後、何となく街の中の元気がなくなっている。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の復興と福島第一原子力発電所の事故の解決にめどが立たない限り、景気は回復しない。政府の対応が遅すぎるため、それによって景気は左右される。
企業動向関連	良くなる	金融業（支店長）	・為替相場のドルは78円後半から80円台前半で推移している。相場に知識ある個人客は、外貨建資産保有に積極的になる。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎年恒例の業務が始まり事業の好転が見込めるため、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、東日本大震災前の状態にはまだ戻りきっていない。今の状態よりは戻る方向になっていくと思うため、今よりは良くなるが、良くなると言っても元の状態に戻るという感じである。
		建設業（営業担当）	・東日本大震災からようやく余震も少なくなり、設備投資に対して自粛する傾向が無くなってきている。また、節電対策としても遮熱フイルム張りや断熱効果のある塗装などを企業は考え始め、合わせて空調設備に関する設備投資も引き合いが来ている。

		建設業（経理担当）	・東日本大震災で計画を棚上げしていた所が、ここにきて動き始めたようである。この先、幾らか案件が望めるようになってきている。
		輸送業（所長）	・取引先の情報では、部品調達が９月ぐらいから回復するらしく、それに合わせて新商品を投入するとのことである。現在セーブしていた物がある程度活発に荷動きする。
		金融業（支店長）	・東日本大震災関連の受注が増加する。ただし、やや不安材料が残っていることもあるので、若干良くなる程度である。
		不動産業（総務担当）	・オフィスへの新規入居希望テナントが具体的に現れてきているため、今後、収益の改善が図れる見通しである。東日本大震災後の傾向として、高層階を希望するテナントが減っているようである。
		広告代理店（営業担当）	・何かと先が読みにくかった節電の夏を超えることと、控え気味であった得意先の今期売上目標達成のためにも新商品の投入、つまり広告宣伝費も必要に応じて使うと予測できるため、やや良くなる。
		その他サービス業［警備］（経営者）	・盆が明ければ道路工事がもっと増えていく。
		その他サービス業［映像制作］（経営者）	・秋口から新企画が始まる予定になっているので、やや上昇の期待が持てる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・何となくまだ皆おびえているため、景気が良くなるということに信頼が持てない。
		繊維工業（従業員）	・主な輸入先である中国が依然として好況であり、富裕層の原料買い占めが続く。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・主な得意先が電力関係であることもあるが、やはり福島第一原子力発電所の問題が落ち着くまでは現状のままか少し下向きと現場では感じている。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・若干の利益を出しても原材料の値上がり分に相殺されてしまう状態は今後も続く。
		化学工業（従業員）	・商品の動きも下げ止まりで平行線である。仕入先、販売先からは、景気が良くなるとも悪くなるとも、景気の動向が全く聞こえてこない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興が遅々として進まず、全体の景気の足を引っ張っている。このままではすぐには復興需要は起こらないため、２、３か月では景気が良くなるとは思えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	一部の顧客で東日本大震災特需の話も聞くが、円高や原油高等、マイナス面の影響が懸念材料としては大きい。
		金属製品製造業（経営者）	・当社の主力である試作関連の仕事は相変わらず少ないままだが、生産設備の消耗部品が久々に出始めている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電気を使うことが悪のような風評が空調業界に立ち込めている。開発した本当に環境に優しい高級品は全く売れなくなり、安い商品しか市場に受け入れてもらえなくなっている。日本の空調業界のレベル低下が心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・依然として業界の活性化を手を替え品を替え、いろいろと進めているが、相変わらず東日本大震災の影響が多分にあり、良い展望ではない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の落ち込みをここ３か月、10月くらいまでに取り戻すということにトラック業界ではなっている。しかし、ここにきてまた円高になっている。前月よりは材料が出て忙しくなっているものの、このままずっと秋口までいってくれれば嬉しいが、夏休みが終わらないと本当のところは分からない。
		その他製造業［鞄］（経営者）	・得意先からの仕事量が多少増えてきているからといって、状況が急転して良くなるということは考えにくいため、今のままの状況で推移していく。
		その他製造業［化粧品］（営業担当）	・猛暑による特需は期待しているが、東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響か、いまだ消費者の購買意欲は回復していないようで、美容室も厳しい状況が続いている様子である。
		輸送業（経営者）	・今のところ元凶が改善される材料は見当たらず、これからも現状のまま推移する。
		通信業（広報担当）	・海外景気の減速が懸念され、今以上に良くなることは想定し難い。
		金融業（従業員）	・一部の企業で原材料の調達などに東日本大震災の影響が残るものの、全体の業況はおおむね震災前の水準に戻りつつある。建設業では、材料不足の影響から売上高が減少を示しており、一部の企業においては今後の材料価格の上昇に不安感が出ている。
		金融業（役員）	・日本は、電力問題に代表されるような国家レベルでの変革の時期を迎えている。それらの方向性が見出せない段階では、前向きな投資計画は控えられ、復興の足取りは遅いため、景気は良くはならない。

		金融業（支店長）	・今後の計画停電のような節電等が、客の製造に相当大きくかかわってくる。福島第一原子力発電所の事故関係での消費低迷など、客の考えがやはり内向きになっているため、消費が全然上がってこない。税金が今後上がることへの心配で皆、財布のひもが固くなる。これら全部が想定されるため、まだ景気が上がるということは考えづらい。
		不動産業（従業員）	・企業、個人共に土地購入希望者の数が減少している。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・福島第一原子力発電所の事故、放射線の影響が懸念される。
		経営コンサルタント	・中小企業でも夏季賞与の支給が行われている。その際、各社で社長が今後の展望を語っているが、回復にまだまだ時間が掛かると見ている企業が圧倒的に多い。特に商業、サービス業系の企業では、電力不足問題もあり、想定以上に回復ペースが遅いとしている。
		その他サービス業［情報サービス］（従業員）	・今もなお東日本大震災の影響を引きずっているとは思えないが、受注が伸びていかない。回復の兆しが見えないため、２、３か月後もこのまま変わらない。
		その他非製造業［商社］（営業担当）	・新規テーマ生成まで現状維持である。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・もろもろの資材関連の値上がり打診が来ている状況なので、年末の繁忙に向けて厳しい状況が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・政府の不安定さで手を打てないというより、大手は皆海外生産へ変化して国内に残る仕事が少ない。今までノックダウンしていた部品も急な円高で海外現地生産に替わりつつある。このままでは製造業の中小企業には厳しすぎる環境が長引き、景気が上向くとは思えない。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の生産計画が先送りになりそうなので、８、９月の仕事は少なくなりそうである。原子力発電所関連の仕事が先が見えなくなったので、特にそのあたりを心配している。
		精密機械器具製造業（経営者）	・円高や東日本大震災の風評被害が進んでいるため、楽観視はできない。
		不動産業（経営者）	・新築がこのような状況なので、先が思いやられる。
		広告代理店（従業員）	・前年同期にあった安定した売上が無くなり、新規売上も見込めないため、大幅な売上減になる。
		その他サービス業［廃棄物処理］（経営者）	・同業他社との価格競争が顕著になってきており、低迷状態がしばらく続きそうである。
		その他サービス業［ビルメンテナンス］（経営者）	・アメリカのデフォルト問題が心配だが、回避できたとしても円高はしばらく続くと予想されるため、その影響が出てくる。
	悪くなる	建設業（経営者）	・先の見えない状況で打つ手がない。
		輸送業（総務担当）	・東北方面への輸送も若干出始めているが、運賃が地方の帰荷扱いで低く設定されている。東北方面からの車両が全く首都圏に来ていないため、自社便で東北への赤字輸送が当面続くものと考えている。
雇用関連	良くなる	新聞社［求人広告］（担当者）	・盆明けは例年少し求人数が増えるため、かなり期待している。いろいろな計画、予定も把握してターゲットを絞って獲得に向かっているので、相当数の獲得ができる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・秋以降は自動車業界を中心に増産体制が見込まれている。そのため、人材需要も増産に合わせて増える。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災後にこの春のイベントやキャンペーンなどを見送っていた企業や専門店等が、秋冬には春の分を取り戻すべく販促強化を考えているようである。このような動きが多くなれば、付随してマンパワーが必要になる。
		職業安定所（所長）	・放射線汚染問題がマイナスの方向に作用する懸念は強く、予断を許さないところであるが、全体的に新規求人数が増加傾向にあり、特に製造業や建設業の増加が目立っている。一方で新規求職者数は減少しつつあることから、景気はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は景気の先行き不透明感で採用活動が慎重であることから、高卒予定者対象求人件数が前年同月比で若干減少しているが、企業の休業に関する計画届の提出件数は減少していく傾向にある。中小零細企業の受注回復まではすぐに効果は出ていないが、ゆっくりと回復に向かっている。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加に転じたのが大きな理由である。ここ最近の急激な円高基調は気になるが、一度増加に転じれば上向き基調がしばらくは続く。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響を受けて、悪くなっている企業と良くなっている企業とに二分化しているような状況が見られるが、以前に比べて良くなっているという声が少しずつ上がってきている気がするため、今後は少し良くなる。

		民間職業紹介機関（経営者）	・都心部ではビル建築用クレーンが増え、人の歩みも早く活気を持つようになってきている。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人増の勢いから、もうしばらくこの傾向は変わらない。
		学校［短期大学］（就職担当）	・今月から一般企業から若干ではあるが求人票が届くようになってきているため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・何人かの経営者と話をしたが、特に景気が良くなるという期待ができる状況が何にもないとのことである。電力不足等を考えると、日本以外の所で製造業を立ち上げたい、その検討を始めたいという人が多い。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き製造業を中心に求人、雇用は増えているものの、円高等の懸念材料もあり、輸出関連企業の国内生産減による雇用縮小を不安視している。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣はロットでの依頼数が見込めるものが今のところなく、他社契約のリプレイスなどリテール需要しかないため、大きく業績を向上させるには案件が少ない。
		人材派遣会社（営業担当）	・若干ではあるが、求人は増えてきている。しかし、少ない枠を多くで競っている状況で、雇用回復に向かっているとは言い難い。しばらくは、大きく増えもせず減りもしないという状況が続きそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気に大きな動きが生じる様子は見受けられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・９月以降の予測はまだ難しい。新卒採用の枠組みがより年間採用へとシフトしていくなかで、新卒、中途、派遣、グローバル採用と雇用の組み合わせが複雑になっていく。そのため、人材採用費の使い方が読めない状況である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・底からは回復したと思うが、このレベルからの上昇は期待できないため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きが特に変わっていない。
		職業安定所（職員）	・個人消費の低迷、原材料価格の高騰により新規雇用を様子見する中小企業が多い。
		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていないため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・本来であればメーカーは国内だけではなく、輸出は堅調であると考えていたようである。いつまでも続くとは考えていないようだが、ここにきて円高が進んでいるため、どうしても目先の影響で将来の積極的な行動になかなか結び付いていかない。そのため、国内、海外への対応は比較的消極的になっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・現在の状況が更に好転するかは見えないが、悪くなる見込みはあまり感じない。円高が進んでいることによるメーカーへの影響が気掛かりである。
		学校［専修学校］（就職担当）	・活動当初の採用計画に増減がある企業は少なく、求人獲得数予想に大きな変化はない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・地上デジタル放送に伴う人材や、東日本大震災対応の求人増があったが、いずれもほぼ終息し、一時的に増えた求人が落ち着き始めているため、やや悪くなる。
	悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・世の中が上を向いて動き出し仕事が戻ってきても、当社は経営悪化のため大量退職が出た分、人手不足で全く何も回らない状態になっている。単価の安い、薄利多売戦術に転換することにより、結局は会社の業績は好転しない。こういう会社が多いため、景気は上を向かない。