

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：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	－	－
		百貨店（売場主任）	・社会全体が自粛ムードから回復に向かい、買い控えられていた商品や春夏衣料の動きが活発化する。
		百貨店（企画担当）	・原子力発電所の事故や計画停電といったマイナスの要素はあるものの、関西では徐々に持ち直しの動きが進む。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災の影響や原子力発電所の問題が落ち着けば、景気回復の動きが始まる。ただし、落ち着くまでは今の状態が続く。
		百貨店（販促担当）	・東日本大震災による消費の自粛ムードも落ち着き、暖かくなるころには購買行動にも変化が出てくる。また、今年は省エネへの関心が高まるため、クールビズ関連の商品は例年以上に需要が増える。
		スーパー（経営者）	・景気が良くなるという表現はおかしいが、商品の供給減による特売の減少で商品単価が上昇するほか、放射線問題で関東や東北地区の農畜産物の動向が不透明なため、野菜類、畜産物の相場も上昇しやすい。
		乗用車販売店（営業担当）	・前月までに比べると全体的に単価が上がってきているため、先行きはやや良くなる。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災で今は厳しいが、客からは前向きに生きようという気持ちを感じられるため、2～3か月後には購買意欲が戻ってくる。
		住関連専門店（店員）	・引っ越しを延期していた客による買上が出てくるため、やや良くなる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・東日本大震災の影響で冷え込んでいるものの、復興ムードで消費は拡大する。
		一般レストラン（経理担当）	・東日本大震災の発生から2週間程度が過ぎ、原子力発電所の事故の先行きは不透明ではあるが、東京の生活には正常化の傾向がみられるため、先行きは多少回復する。
		旅行代理店（経営者）	・キャンセルの半分は関東方面のテーマパークへの旅行であるため、早期の開園が望まれるが、全く見通しが立っていない。現状がこれだけ落ち込んでいるため、今後は良くなるものの、どこまで回復するかは予想できない。
		変わらない	変わらない
商店街（代表者）	・現在は特殊な状況であるため、先行きの見通しが立たない。		
商店街（代表者）	・東日本大震災に対して西日本が果たすべき役割などが報じられ、西日本の消費ムードが上がれば何とかなる。		
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・東日本大震災と原子力発電所の事故による影響を受けたまま、低空飛行が続くことになる。		
一般小売店〔自転車〕（店長）	・東日本大震災の影響も多少出てくるため、まだ景気が回復に向かうことはない。		
百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響は非常に厳しく、消費マインドも上がってこない。		
百貨店（売場主任）	・客の消費マインド次第であるが、すぐに回復する状況にはない。また、一部の紳士服の取引先は東北や関東に工場を持っているため、商品の供給にも影響が出てくる。		
百貨店（営業担当）	・春、夏物商材の本格的な展開が始まり、個性的なブティックを中心に婦人衣料の販売が増えるほか、紳士衣料もおしゃれ志向の高まっている団塊世代を中心に売上が伸びる。ただし、全体的には東日本大震災からの復興状況に左右される。		
百貨店（営業担当）	・富裕客の間では高額商品を買う傾向が出てきているが、全体的には買い控え傾向が強まるほか、新規オープンした店との競争も激しくなるため、先行きは厳しくなる。		
百貨店（店長）	・東日本大震災以降、客の消費マインドがかなり冷え込んでおり、特に高額商品が大苦戦している。また、食料品や水などを中心に、商品の供給が追いついていない状況が続いているため、先行きの見通しは相変わらず厳しい。		
百貨店（婦人服）	・東日本大震災の直接的な被害はないものの、関東への救援物資といった一部の商品を除いて消費意欲の減退が顕著であるため、回復には相当な時間を要する。		
スーパー（経営者）	・客の間には、少しでも値段の張る商品の購入を控え、買得商品を探す傾向がみられる。		
スーパー（経営者）	・震災の影響がどのように波及してくるのか、関西に住む者にとっては予想が付かない。		

スーパー（店長）	・来客数が減少している大きな理由は競合の激化であるため、よほどの景気回復か競合環境の変化がなければ、来客数は増えない。
スーパー（企画担当）	・外部環境の変化はみられないため、新年度の売上は前年比で97～100%の推移となる。
スーパー（経理担当）	・消費の自粛モードや内食化志向、食品の安全に対する不安、買いだめによる反動減、計画停電の有無など、今後もプラスとマイナスの要素が混在し、方向性が判断しにくい状況が続く。
スーパー（販売担当）	・来客数は前年並みであるが、競合相手との競争で価格をかなり下げている、買上金額は前年の水準に達していないため、先行きの見通しも厳しい。
スーパー（企画）	・東日本大震災や原子力発電所事故からの復旧の見通しが立たず、先行きに対する不安はぬぐえない。保存の利く食料品などに消費が偏る傾向は、今後しばらく続く。
スーパー（社員）	・今月に入っても気温の低い日が多く、食品フロアの好調な状況が続いている一方、春物商材の動きは悪い。今後も東日本大震災による消費の抑制は若干長引くため、厳しい状況が続く。
その他専門店 [宝石] （経営者）	・政治や株価が安定してくるほか、東日本大震災からの回復が徐々に進めば、多少は良くなる。関西でも地震の影響が大きく、先行きが懸念されるものの、春から夏にかけて徐々に良くなっていく。
その他専門店 [食品] （経営者）	・インターネット販売では新規顧客が増えつつあるが、全体的には変わらない。
一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で、消費者が外食を敬遠する傾向が強まっている。一方、野菜価格などの高騰で調理コストが高まり、相対的に外食が割安になるため、外食を利用する誘因が高まっていく。この2つの要素が相殺し合うため、今後も現状と変わらないレベルで推移する。
一般レストラン（経営者）	・個人客の状況は多少回復しても、結婚式、大口の宴会はまだまだ自粛の動きが続くため、先行きの見通しが立たない。
一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災による影響が不透明で、先の見通しが立たない。
一般レストラン（スタッフ）	・現状で大きな変化はみられないが、やや悪くなるという要素を多く含んでいる。
一般レストラン（店員）	・全体の動きは上向いているが、東日本大震災の影響が西日本にも徐々に出てくる。
観光型旅館（団体役員）	・キャンセルが増加しており、今後は東日本大震災や原子力発電所の問題がどう推移するかによって左右される。
都市型ホテル（客室担当）	・原子力発電所の事故の動向次第であるが、消費も自粛モードとなっているため、予断を許さない状態が続く。
タクシー運転手	・原子力発電所の事故の影響で避難してきた人も、いずれ元の居住地へ戻るため、それに伴ってタクシーの利用状況も元に戻る。
タクシー会社（経営者）	・東日本大震災の影響がどう波及してくるのかが不透明である。また、客の財布のひもが固く、企業も経費を極力抑えているため、先行きの見通しは厳しい。
通信会社（経営者）	・例年4月以降は市場の動きが振るわないものの、新機種のスマートフォンが複数投入されるため、若干は盛り上がりが出る。
通信会社（企画担当）	・東日本大震災からの今後の復興状況が不透明である。
観光名所（経理担当）	・今月は日によって寒暖の差が激しく、雪に見舞われる日もあったが、現在放映中の大河ドラマの影響もあり、売上、来客数共に前月に続いて大幅増となっている。東日本大震災でもう駄目かと悲観していたが、地震の当初は団体客は32%減、一般客は7%減と、団体客が大きく減少した一方、その後は10%減まで戻っている。春休み以降は平日を含めて個人客を中心に伸びているなど、大河ドラマの恩恵で来客数の大幅な減少は避けられる。
美容室（経営者）	・旅行をキャンセルしたり、会食をやめたりする人が多く、客足も少なくなってきたため、先行きの見通しは厳しい。
その他サービス [マッサージ] （スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、例年寒い時期には来客数が減る。この時期には増えてくるはずが、今のところは冬と同じで増えてこないため、今後も厳しい状況となる。
その他サービス [生命保険] （営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。

	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・東日本大震災による被害エリアが広範囲であり、復興に時間が掛かることから、今後も厳しい環境が続く。
	住宅販売会社 (従業員)	・東日本大震災により近畿圏に一時避難する動きとして、賃貸オフィス、住宅のニーズが高まっている。原子力発電所の事故による放射線の問題が続けばニーズは更に高まるが、放射線の影響がなくなれば一時避難の動きも終わる。
やや悪くなる	一般小売店 [花] (経営者)	・東北地方で生産が停滞している影響がどのように出てくるかは不透明であるが、しばらくは混迷した状態が続く。
	一般小売店 [時計] (経営者)	・客からは、被災地に比べればぜいたくといった声がよく聞かれる。消費者の気持ちの上でも不安定な要素が多いため、必要以上の買物は抑えられる。
	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・一部の商品が在庫切れになるなど、東日本大震災の影響で商品の流通が悪くなっている。今後はまだまだ問題が出てくる。
	一般小売店 [家具] (経営者)	・東日本大震災の影響で景気は悪くなり、改善するまでには半年程度かかる。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・東日本大震災の影響は、今後2～3か月は続く。
	一般小売店 [花] (店長)	・今後も東日本大震災の影響が続くほか、物価の上昇も進む。
	一般小売店 [カメラ] (販売担当)	・今月は東日本大震災で関西でも様々なイベントが中止、縮小となり、テレビでも地震のことばかりが報じられているため、先行きの見通しは厳しい。
	百貨店 (サービス担当)	・来月開催予定の東北物産展といった催事が中止となったほか、東北地方からの食材の入荷予定も立たないなど、今後様々な商品に影響が出てくる。また、物価の上昇も進むため、販売は苦戦する。
	百貨店 (売場担当)	・大手アパレル各社の生産拠点が関東、東北地方にあり、生産への影響が出ているほか、最も市場規模の大きい東京地区の市場環境が悪化、消費マインドも低下している。今後、需要の停滞を考慮した夏物衣料の生産調整にもつながってくる。
	スーパー (店長)	・食品の客単価や販売点数の改善が売上をけん引しているが、今後は供給不足が更に強まるため、売場での商品不足が売上の減少につながる。
	スーパー (店長)	・生活必需品の買いだめによる反動が出るほか、東日本大震災による心理的な影響も含め、旅行、行楽の減少といった不要不急の商品に対する買い控えが出てくる。
	スーパー (店長)	・東日本大震災の影響でまとめ買いなどの偏った販売状況が続くなど、回復にはかなりの時間を要する。
	スーパー (広報担当)	・東日本大震災によって消費マインドが冷え込むため、先行きの見通しは厳しい。
	スーパー (管理担当)	・東日本大震災のような災害が起こった今、どのような経過をたどるか予想ができない。政府の対応も後手に回った感があるなど、様々な面で厳しい状況となる。
	コンビニ (経営者)	・東日本大震災による来客数の増加はあくまで一時的な動きで、1～2か月後には落ち着くため、その後は売上が元の水準に戻る。
	コンビニ (店長)	・今後はたばこの仕入状況も厳しくなるほか、各種消費の原料が品薄になれば売上にも響いてくる。
	コンビニ (店員)	・東日本大震災の影響で入荷できない商品が多いため、売上にもかなり影響が出る。
	乗用車販売店 (経営者)	・新車の予約販売台数が少なく、車検や一般修理の台数も伸び悩み気味であるため、先行きの見通しは厳しい。
	乗用車販売店 (営業担当)	・決算期を終えて客の動きが一段落するほか、新車の納期も未定となっている。
	乗用車販売店 (販売担当)	・復興が進むものの、原子力発電所の問題は長引くことになるため、見通しは暗い。
一般レストラン (スタッフ)	・復興の動きが進み、原子力発電所の問題が終息に向かうまでは、消費の自粛ムードが続く。また、関東での電力不足や東北の産業が受けた打撃による影響も、全産業に波及してくる。	
スナック (経営者)	・頑張ろうという前向きな気持ちが客に伝わればよいが、かなり困難である。	
観光型ホテル (経営者)	・東日本大震災の影響が今後1年間は続く。それまでも政治の混乱などで大きな期待は持っていなかったが、地震によって更に厳しくなる。	
都市型ホテル (支配人)	・東日本大震災の被害は甚大であり、復旧、復興には数か月以上の時間が掛かる。	

	都市型ホテル（スタッフ）	・今年度は宴会自体を自粛する企業が増えている。少人数での予約が目立つため、売上が伸びないなど、先行きの見通しは厳しい。
	タクシー運転手	・京都は桜の季節となったため相当良くなると期待していたが、修学旅行もキャンセルが多い。落ち込みが激しいため、今後はまだまだ悪くなる。
	通信会社（経営者）	・今後、東日本大震災の影響がどこまで広がるのか予測できない。
	通信会社（店長）	・今はまだ在庫があるが、今後は東日本大震災の影響で品不足に陥る。
	通信会社（社員）	・関西は東日本大震災の直接的な被害を受けていないが、地上デジタル放送への完全移行を目前に、地震による消費への影響が全く予想できない。
	テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響で、イベントの自粛、キャンセルが相次いでいる。阪神淡路大震災をみても、元の生活を取り戻すまでには4～5年を要するため、現状では明るい未来が想像できない。
	観光名所（経理担当）	・春の集客対策を行っているが、なかなか来場者の増加が見込める要素はない。
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・海外からの団体客の減少はこれからも当分続く。ただし、関西での一般客のマインド低下、イベント自粛といった影響は、一時的なものにとどまる。
	住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響で、住宅設備機器や建材が入手困難な状況にある。今後も復興に向けて東日本への供給が優先されるため、新築やリフォームなどの工期が予想しにくくなる。
	住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災による被害の全容が依然として明らかでなく、関西でも企業や消費者の不安感は当面ぬぐえない。
	住宅販売会社（総務担当）	・東日本大震災の影響により、増産と減産という二極化が進む。経済全体としては一次的に停滞する。
悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の義援金などで家庭の出費が増えるため、長期にわたって影響が出る。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・東日本大震災や原子力発電所の事故については、今後の推移が不透明である。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・販売の低迷で消費期限の迫った商品は値下げせざるを得ないほか、偏った仕入状況で生の食材を管理するため、利益率も確保しにくくなる。九州新幹線の全線開通の話題も吹き飛ばすなど、先行きの見通しは非常に厳しい。放射線の問題で食品の特需が発生する可能性もあるため、日々変化する市場環境には常に注意する必要がある。
	一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・餅やおかきの材料の米が地震の影響で入ってこなくなるので、悪影響が出てくる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・東日本大震災が日本経済に今後どのような影響を与えるのか、全く想像できない。少なくとも上向きに変わることはない。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・これから夏場に向けて野菜関係の価格はかなり上昇する。品不足にもなるため、大変な状況に陥る。
	一般小売店〔花〕（店員）	・東日本大震災の余波は大きく、客の購買意欲はますます低下する。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・東日本大震災の影響で風評被害も広がっており、明るい兆しはみられない。
	百貨店（外商担当）	・東日本大震災の影響で一部の商品が供給できなくなるほか、高額商品の買い控えが進む。
	百貨店（商品担当）	・客の消費マインドが回復するまでには時間が掛かるほか、東京の会社では東日本大震災の影響で経費を更に縮小する動きがあるため、今後は状況は悪くなる。
	スーパー（店員）	・今回の東日本大震災の影響で、野菜や魚の価格が上がっていくことが懸念される。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災で生産工場が被害を受け、商品が思うように供給されないため、売上計画が立てにくくなっている。
	コンビニ（店長）	・現在は様々な商品が品不足に陥っている。包材なども不足しつつあるため、今後は更に状況が悪化する。
	コンビニ（広告担当）	・東日本大震災の影響が大きく、部分的には関西への特需もあるものの、東日本の停滞によって消費全体が冷え込んでくる。
	衣料品専門店（経営者）	・単価の高い商品が売れずに客単価が低下し、全体の売上が伸び悩んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
衣料品専門店（経営者）	・東京の仕入先から、春夏物に欠品が出るという連絡が入ってきている。市場が品不足になるほか、客の間で生活防衛の姿勢が強まり、必要な物しか買わない傾向が更に強くなる。	

衣料品専門店（販売担当）	・東日本大震災の影響で物価が高騰し、衣類にお金を掛ける人は激減する。
衣料品専門店（販売担当）	・関西でも友人や知人、親戚を引き受ける人が増え、余裕がなくなるため、販売状況はますます悪くなる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・東日本大震災による消費の自粛ムードが広がっているため、先行きの見通しは厳しい。
家電量販店（経営者）	・アナログ放送終了に伴い、デジタル放送対応テレビの需要は増えているが、東日本大震災の影響が出てくるため、堅実な経営努力が必要となる。
乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で消費マインドが冷え込んでおり、先行きの見通しは厳しい。販売車種の供給予定が全く分からないため、客に質問されても答えられない状況である。
乗用車販売店（経営者）	・今月は例年どおりの年度末らしい仕事が多かったが、東日本大震災によって自動車部品の関東からの供給が滞っている。今後、自動車販売や修理の業務に大きな影響が出てくる。
自動車備品販売店（営業担当）	・東日本大震災の影響で部品の供給が止まっている。新車の生産も止まっており、先行きの見通しが立たない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災による被害の全容も明らかではないため、今後復興にどれだけの年月が掛かるのか分からない。消費者の間ではぜいたくや浪費を抑える傾向が続くため、上昇ムードにはならない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・直接的に被災していない人も、宝飾品などのぜいたく品を購入する意欲が低下しているため、ますます客離れが進む。
高級レストラン（支配人）	・東日本大震災により関東からの客が増え、販売量も増えたが、市内のイベントがキャンセルとなっている。今後、一般観光客が徐々に減少するため、販売状況も悪化する。
一般レストラン（経営者）	・客の会話では東日本大震災の影響でどんどん悪くなるという話が多く、先行きに明るい話題がない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・当面は内食化傾向が続き、飲食業界では売上の減少が進むため、それが利益の縮小に直結する。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東日本大震災の影響で商品の流通状況が良くないほか、客もあまりお金を使わない傾向にあるため、見通しは厳しい。
観光型ホテル（経営者）	・個人客のキャンセル分はほぼ戻ってきたが、団体客に関しては自粛、延期が続いている。現在は6月の予約分まで大きな影響が出ており、この先どうなるのか予想できない。
観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災によって売上にかなりの影響が出ている。宴会や婚礼、宿泊のキャンセルが相次ぐなか、仕入れや光熱費などの経費は増えているため、今後も業況は悪化する一方となる。ただし、宿泊や食事、冠婚葬祭のための施設は地域に必要なため、何とか打開策を考え、復興に協力していく。
観光型旅館（経営者）	・旅行に出掛ける雰囲気が出てくるまでには、相当な時間が掛かる。
観光型旅館（経営者）	・生活用品や飲料水、食料、雑貨、石油製品などの全体的な値上がりや品不足による景気の悪化は避けられない。
都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災による首都圏の計画停電により、ビジネスが停滞している。特に製造業では先の予測が立たない状態で、宴会などの定例会合や新規予約が止まった状態にある。本社機能の大阪移転に動き出した取引先もみられるが、売上にはつながっていない。
都市型ホテル（総務担当）	・原子力発電所からの放射線漏れが止まれば良くなる可能性もあるが、東日本大震災の影響が今後も続く。
都市型ホテル（マネージャー）	・宴会部門で企業、団体客による利用が減少するほか、宿泊部門は外国人旅行客の激減で収入が大きく落ち込む。個人客の消費マインドも低下傾向にあり、諸問題が解決するまでにはかなりの時間を要するため、来年度の第1四半期は厳しい状況となる。
旅行代理店（店長）	・東日本大震災の影響で、今後は更に状況の悪化が進む。
旅行代理店（従業員）	・関東での計画停電や、消費の自粛ムードが終わるまでは状況の悪化が進む。
旅行代理店（広報担当）	・東日本大震災からの復興を原子力発電所問題が阻んでおり、いつまでこの状況が続くのか全く分からない。どこが底なのかも分からない状態となっている。
通信会社（企画担当）	・当分は消費マインドの低下が続くため、業況の悪化が進む。

	競輪場（職員）	・公営ギャンブル全体が冷え込むなか、先日発生した東日本大震災による影響は計り知れない。	
	競輪場（職員）	・東日本大震災の影響やガソリン価格の上昇により、景気は冷え込むことになる。現時点では競輪が開催できるのか分からず、先行きの見通しが全く立たない。	
	住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響で、構造用合板などの主要な建材の流通がストップしている。新規受注が決まっても、建材が入荷しなければ建築できない。	
	住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響が必ず出てくる。既にハウスメーカーなどは資材不足のため、新規受注を中止している。今後、地震による被害の全容が明らかになり、原子力発電所の問題が解決するまでは、消費も停滞する。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・東日本大震災からの復興には時間が掛かるため、様々な面で悪影響が出てくる。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・東日本大震災の復興工事が始まると、東北、関東優先で資材が供給されるため、関西では住宅資材がますます入手できなくなる。	
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・西日本の企業でも、東日本大震災による業績の下振れの動きが多く出てくる。西日本への業務の一部移転といった震災関連需要も発生するものの、マイナスの影響を払しょくするには至らない。	
企業動向関連	良くなる	－	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が立ち上がり、販売やサンプル請求の状況は予定どおりであるため、売上、利益共に徐々に伸びていく。
		化学工業（企画担当）	・東日本大震災の影響で同業他社が操業停止となっており、応援のための生産が急伸びつつある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の復興作業の進行状況によって工場の稼働率が左右される。一部の製品への注文は既に増えてきている。
		建設業（経営者）	・土壌汚染調査については、先行きの予想が立たない状況である。その一方、東日本大震災以降はホームページへの問い合わせが止まっていたが、徐々に戻ってきている。
		輸送業（営業担当）	・東日本大震災によって物流が止まってしまった反動で、今後は忙しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・東日本大震災による影響は、広告業界では3月一杯で底を打つ気配がある。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・不動産のニーズが関西では増えてくる。	
変わらない	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・今後も配達量に大きな変化はない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で一部の部品が入手できず、納期が延びるケースも出てきている。その一方、特急扱いでの注文もあるなど、今後は一進一退の動きとなる。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・東日本大震災による被害や、原子力発電所の事故からの復興には時間が掛かるため、需要の回復は困難である。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響が早速出しており、部品関係の入荷に支障を来している。受注が伸びても生産量は限られるため、良くはならない。	
	建設業（経営者）	・東日本大震災の被災地で生産されている建設資材の納期問題が発生している。今後は廃棄物処理や、仮設住宅の建設後の本格的な復興活動による人手不足も懸念されるほか、建設資材の高騰が既に始まっているなど、今後も厳しい状況となる。	
	輸送業（営業担当）	・今まで関東や東北地方の工場で製造されていた物が関西に移ってきており、荷物は増えているものの、景気自体は変わらない。	
	輸送業（営業所長）	・東日本大震災の影響で工場がフル稼働しておらず、取引先からは資材や部品の調達に困難との声が聞かれるなど、今後も厳しい状況となる。一方、海外の航空会社の一部で原子力発電所の事故による影響を避ける動きがみられる。成田空港行き輸入貨物が関西国際空港に入ってきているため、上屋の貨物が通常より混雑している。	
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・原子力発電所の問題もあるが、不足している資材の量も今すぐに海外から調達できる規模ではない。何とか現状が維持できればよいが、先行きは不透明である。取引業者とは情報交換を毎日行っており、このような状態で先行きが良くなるわけがない。	
	食料品製造業（経理担当）	・東日本大震災による影響が徐々に取引先へと広がっており、今後は債権の回収などが難しくなる。	

	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料の仕入れの遅れで、取引先では生産計画の変更が多くなっているため、先行きはやや悪くなる。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・出版、印刷業界では関西でもインキ、用紙などの原材料が不足しており、今後の見通しが立たない。生産することができなければ雇用情勢も厳しくなるため、被災地の復興と工場などの復旧が急がれる。
	化学工業（経営者）	・東日本大震災で全滅した仕入先工場がいくつかあり、その影響で様々な原材料が入手しにくくなっている。また、関東の得意先も計画停電の影響で生産活動がかなり制限されているため、受注にも悪影響が出てくる。
	化学工業（管理担当）	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響で材料が入荷しないため、生産ができない。自動車会社向け部品のキャンセルが入っているほか、千葉県や茨城県での工場の再開見直しも立っていないため、先行きの見通しは厳しい。
	金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災による復興需要も出てくるが、電力不足による計画停電で生産、経済活動が鈍化する。
	金属製品製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で取引先の組立ラインが休止しており、今後大きな影響が出てくる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災による影響が大きく、夏ごろまでに本格的な稼働が可能かどうかは不透明である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響で部材の調達が遅れている。着工済みの物件は別として、計画中の物件は動きがしばらく停滞することになる。
	金融業（営業担当）	・東日本大震災の復興の進行状況に景気は大きく左右される。関西にとっては震災復興の動きがかぎとなる。
	広告代理店（営業担当）	・しばらくは東日本大震災による消費の自粛と節約が続く。
	経営コンサルタント	・一進一退であった受注状況が、東日本大震災で大きな打撃を受けている。キャンセルや値引き交渉といったマイナスの要素も大きいので、先行きの見通しは厳しい。
	司法書士	・案件があまりないほか、東日本大震災による日本全体への影響を考えると、現状維持も難しい。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸出関連の得意先社が多いため、最近の円高は非常に厳しく、大変な状況となっている。しばらくの間、好転することはない。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・東日本大震災の影響で、当面は広告予算の削減を進める広告主が増える。
悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、東北や関東の建築物への被害、計画停電による工場閉鎖が相次いでいる。飲料水を生産しても大半が被災地に送られるため、西日本での販売は限られてくる。
	繊維工業（団体職員）	・催事の中止などでタオルの需要に影響が出る。
	繊維工業（総務担当）	・しばらくは消費マインドが盛り上がってこない。
	繊維工業（総務担当）	・東日本大震災の影響で得意先の店舗が休業となったほか、商品の搬送ができず、取扱高が急激に減少している。今後は徐々に落ち着いてくるものの、元々が構造不況業種であることから、先行きの見通しは大変厳しい。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響がプラスになることは考えられない。同業他社でも出荷が大きく落ち込むなど、先行きの見通しは厳しい。
	一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災による原子力発電所の事故が、世界の原発計画に影響を与えることは避けられない。原発関連の機器を扱っている当社にとって、今後は経営環境が極端に悪化する。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・国内政治に対する不安や、東日本大震災による影響で、今後も悪化傾向が進む。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事があっても材料が手に入らないため、良くはならない。
	電気機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災による影響は、今後半年間は続く。主要な幹線道路や衣食住の整備が終わって安定感が出てこなければ、回復は更に遅くなる。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・東日本大震災の影響で東日本での売上が大幅に落ちているため、今後は様々な影響が出てくる。
	建設業（経営者）	・東日本大震災の影響であらゆる所に自粛ムードが広がっている。資材の供給難に加え、原油価格の高騰に伴う建築資材の値上げも予想されるため、身動きがとれない。
	通信業（管理担当）	・東日本大震災からの復興には、かなりの時間と資金が必要となる。

		不動産業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、売買や賃貸の動きが止まったり悪くなったりしている。関東では計画停電や原子力発電所の事故の影響もあり、まだ半年は不安定な状況が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・東日本大震災の情報を求めている人が多く、新聞の即売が伸びている。ただし、全体的に自粛ムードが広がっている影響で、折込広告も徐々に減っており、先行きの見通しは厳しい。
		広告代理店（営業担当）	・影響の大きさは分からないが、既に東日本大震災による影響が出ているため、今後も状況は悪くなっていく。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の影響で先行きの見通しが全く立たない。中小企業は現状の営業を続けるしかなく、一部商品では突出した需要が予想されるものの、基本的には守りの姿勢となる。
		コピーサービス業（従業員）	・東日本大震災による影響は今後ますます表面化してくる。それは関西も例外ではなく、印刷業界では製紙工場が被災した影響で紙材が早くも枯渇している。中小の印刷会社はかつてない危機的状況下にあるといっても過言ではない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後も東日本大震災による影響が出てくる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・東日本大震災や原子力発電所の問題で消費が大きく落ち込む。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の復旧工事に関する日雇求人が増える。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・東日本大震災によって大きな変化がみられる。電力会社からはIT関連などで強い引き合いがあり、電機メーカーでは電池関連、住宅メーカーでは建築関連の需要が高まっており、今後は様々な求人が出てくる。一方、保険会社や銀行からの求人は一斉に延期となっている。
		人材派遣会社（支店長）	・今後は必ず反転の動きが出てくるものの、統一地方選挙や東日本大震災への対応により、回復の時期は遅れる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・東日本大震災の影響が不透明な部分もあるが、求人依頼件数は安定的に増えているため、今後も来期に向けての採用意欲は高まっていく。
変わらない	職業安定所（職員）	・事業主都合で退職した求職者が減少するなど、景気の回復を感じさせていたが、東日本大震災の影響で今後は景気が鈍化する。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で原材料、資材が手に入らないといった声がある一方、急に受注が増えてフル稼働で生産しているといった声があり、先行きの見通しは不透明となっている。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災による影響が必ず出てくるなど、今後も雇用情勢は厳しい状況となる。	
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・消費の低迷など景気悪化の懸念があるため、求人の抑制につながる。	
	人材派遣会社（役員）	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響が、経済にどのような形で出てくるかが不透明である。復興需要があったとしても、全体ではダメージの方が大きくなる。	
	人材派遣会社（支店長）	・一部の企業では東日本の業務を西日本へ移管する動きも出てくるため、求人増につながる。ただし、東日本大震災の影響が西日本の企業にも及んでくるため、全体的には新規求人が減少する。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で求人の取消しや採用の延期などの悪影響が出てきている。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響は今のところ出ていないものの、今後は出てくることになる。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の影響については、とにかく先行きの予測が立たない。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・本社機能が集中している関東で、就職活動の活性化する時期に計画停電などが続くため、採用選考は実質的に短期決戦の状態になる。	
悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年4月以降は求人数も落ち着くが、これから東日本大震災の影響がどのような形で関西に出てくるのか、予測が立たない。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・東日本大震災の影響で顧客企業が軒並み広告出稿を減らしており、特にテレビCMは壊滅的な打撃を受けている。いずれ復興が本格化すれば、ある程度はカバーできるものの、どの程度取り戻せるかは予測が立たない。	



	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 企業活動が従来の状態に戻るまでには時間が掛かる。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 2、3か月の短期で考えても、東日本大震災による影響がかなり出てくる。
	職業安定所 (職員)	・ 東日本大震災や津波により、自動車関連だけでなく、多くの業種で影響が出てくる。また、計画停電により甚大な影響が出る。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	・ 復興が進むにつれて必ず回復が始まるが、当分は雇用情勢も悪化傾向となる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 経済全体の停滞感が雇用面にも影響してくる。