

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（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	乗用車販売店 （従業員）	単価の動き	・中古車に対する問い合わせ件数が増加している。また、販売量の動きも、例年の3月と比べて全般的に非常に良くなっている。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・引越しの機会に、光回線や地デジ対応の映像サービスの注文が増えている。
	やや良く なっている	一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	・花粉症が猛威を振るっているため、薬局業界ではマスク、鼻炎薬などの売行きが好調である。また、寒い日が多いため使い捨てカイロも好調であるが、東日本大震災の影響で品切れや品薄状態にある。花粉症の季節の終了後は、震災の影響が心配される。今でも、景気が悪いとぼやく店もある。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・以前と比べて単価が高い商品の動きが良くなっている。少し前はとにかく価格重視で品質は二の次であったが、どうせ買うなら少しでも良い物という傾向が出始めている。また、年々規模が小さくなっているホワイトデーの販売も、今年は単価が高めである。義理でのプレゼントは消えて、カップルのイベントという形に変化している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の特需により、水を中心に販売量は非常に増加している。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、防災商品の販売量が増えている。
		スーパー（営業企画）	単価の動き	・月の前半は単価、来客数共に上昇してきていたが、東日本大震災の後、勢いはかなり急速に止まっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全国と比較して、来客数は上回っている。売上も、前年同月比で増加している。ただし今後は、東日本大震災がどのように影響するか不確定である。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・たばこが引き続き好調であり、全体の売上をけん引している。また、東日本大震災の影響で、電池、水、カップ麺、栄養保存食等を関東方面に宅配便で送る需要や、自宅用に準備する需要が見られる。食材、包材の不足により一部の商品供給は滞っているが、全体的にみると良い状況にある。
		衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・微増ではあるものの、客の購買は良くなってきている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・従来と比べて、販売量に動きが出てきている。単価は依然として悪いが、販売量に動きが出てきたことが大きい。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・決算月のため、来客数はそれなりに多くなっている。ただし、東日本大震災後の販売は、ピタリと動きが止まっている。
	美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・例年ならば、小さい子供がいる家庭では春休みのため来店が減るが、今年の来客数は多くなっている。	
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	販売量の動き	・分校を開設した成果が、徐々に出てきている。	
	変わらない	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・3月に入り、飲食店への来客数はわずかながら回復傾向が見られていた。しかし、東日本大震災後は自粛ムードが広がって、外食を控える傾向にあり、徐々に厳しくなっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・上旬は前月までと変わりなく、景気は回復傾向にあった。しかし東日本大震災後は、観光する気分にならないためか、当地区への観光客数は1割以上減少している。高速道路料金引下げの中止が検討されているようであるが、非災害地域の景気回復に水を差すことが懸念される。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	お客様の様子	・当地では、東日本大震災の影響は、報道以外ではそれほど感じられない。月後半には、ほぼ平常並みの客足に戻っている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、買い控えがある。また、寒さが続いているため、春物に対する反応が良くない。

百貨店（販売担当）	お客様の様子	・月初は春物への反応も良く、まずまずの滑り出しであった。しかし東日本大震災後は、来客数は激減している。震災に対する不安によるものと思われる。そうした中でも、卒業、進学、就職の準備やお祝いの需要はあり、月末にかけてはやや持ち直している。前年同月の売上と比べると若干下回るものの、予算目標を達成できるところまでには回復できている。	
スーパー（店長）	単価の動き	・東日本大震災以降、供給が非常に厳しくなっている商品がある。商品の供給量が十分ならば売上は更に伸びるが、現状では入荷しない商品もあるため、非常に厳しい状況である。	
スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、水などの備蓄関連商品だけでなく、生鮮品など生活必需品の売行きも非常に良くなっている。しかし、商品の供給が非常に不安定であり、需要に応じられるかどうかを懸念している。	
スーパー（店員）	単価の動き	・東日本大震災後の一時期に、保存できる食品などは大量に動いた。しかし現在は通常に戻っており、特に変化はない。	
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、よく売れて欠品が発生している商品がある。売上は、前年同月比で10%以上増えている。ただし、継続して景気が良くなっているという動きではない。	
コンビニ（企画担当）	単価の動き	・これまでの単価の下落傾向は、底を打っている。	
コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は、前年同月比で2～3%増えている。ただし、来客数は現状維持であり、前年同月並みで推移している。	
コンビニ（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響か、食料品や水を買求める客が一時的にかなり増加し、売上は増えたといえば増えたが、景気が良くなっているという雰囲気ではない。	
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・景気の低迷は、まだ続いている。ただし、学生用品が少し伸びている。	
家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電エコポイント制度が終了するため、底堅い。しかし、前年同月と比べると、売上はさほど変わっていない。	
家電量販店（店員）	販売量の動き	・年始の状況と比べると、変化はあまりない。ただし、家電エコポイント制度の駆け込み受注があり、前年同月と比べれば良くなっている。	
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客は、必要な物は買う、不要な物は買わないとはっきりしている。	
住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・住宅建築業界が少し良くなってきたという時期に東日本大震災が起き、震災の影響で資材の入荷が遅れるなど、建築工事がストップしている現場も出てきている。	
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、新規契約の動きが全く読めない。	
通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により、部品の調達が遅れるため、工期も遅れそうである。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・例年ならば、年度末や季節の変わり目などで来客数は増加する。しかしこのところは、客の来店間隔が少し長くなっている。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場への来場者数に、目立った増減はない。また、契約件数も、例年の3月決算期と変わらない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・今月に入り来客数は少し伸びてきているが、客単価が全く上昇してこないため、販売量、売上の増加には結び付いていない。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・3月に入りやや持ち直したように思われたが、東日本大震災以降は自粛ムードが非常に強く、売上は減少している。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以来、卒業式等の行事やイベントが自粛されることが多く、注文のキャンセルが発生している。送別会用の花の買上も、例年に比べてやや少ない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、観光客数が減っている。特に宿泊客が減っているため、ホテル等への卸売販売量は軒並み減少している。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による影響のためか、月の後半から一気に自粛ムードとなっている。企業も個人も、華美なことをしなくなっている。

一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響が出ている。当店では、保存食の売上が比較的伸びている。ただし、客の買い方には非常に慎重な様子がかがえるため、これは一時的ではないかと考えている。景気そのものはやや悪くなっている。
一般小売店〔自然食品〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、保存できる商品や水、海産物などを買い求める動きがある。しかし、通常の商品は動きが少ない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・平日も土日も、来客数は前月より増加している。土日は、卒入学式や新社会人用品を買い求める家族連れが多い。平日は会社帰りに立ち寄るサラリーマンが多いが、試着だけして帰る客もあるため、売上は全く増えていない。
百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数は前年同月比2けたの減少が続いている。客単価は若干の低下に留まるが、売上は前年同月比5%程度のマイナスで推移している。
百貨店（店長）	販売量の動き	・気温の低さ、東日本大震災の影響による買い控えから、春物の婦人衣料の動きが悪い。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災は大変な地震であったが、当地域では来客数が極端に減少していることはない。しかし、販売の増加にはつながっていない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・客は安売りすれば来店するが、少しでも高くすると他店に流れる。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、節約ムードが一段と出ている。食品関係では、メーカーは輸入商品等の値上げをしているが、小売段階ではなかなか価格転嫁できず、少しずつ値上げしているため、収益構造は悪くなっている。また、地震以降は商品が被災地に優先的に送られるため、当地区では配送等が遅れ、売上に影響している。大震災によって景気は悪くなっている。
スーパー（店員）	それ以外	・当地域の様子は、東日本大震災後も表面的には変わらない。しかし、心理的な影響があり、客の購買意欲は極端に低下している。買占めもあったが、水やカップめんのみであり、売上の増加にはつながっていない。
スーパー（店員）	単価の動き	・ここ数か月間、客は単価が低い商品へと流れている。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、販売商品の傾向はがらりと変わっている。売上が稼げる衣料品は売れていない。売れているのは水や米ばかりであり、しかも品薄、品切れで商売にならない。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、災害用品の購入は伸びている。しかし、その他の商品の購入は買い控えられている。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災後、飲料水などに特需的な動きはあったが、商品の供給がままならないため、良くなってはいない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、新車の完成が遅れている。いつ納品されるか、目処が立たない状況である。また、修理工場でも部品の納入が遅れており、作業できずにいる。震災後は、新車購入目的の来客数が激減している。決算期にもかかわらず、話題は震災ばかりで、動きは完全に止まっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災による影響のためか、来客数が減少している。
一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災を境に、来客数は激減している。被災した人のことを思うと、のんきに飲み食いするのが申し訳なく、心苦しいと話す人が多い。
スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、自粛ムードが高まっている。客からは、歓送迎会やゴルフコンペなどが延期になったという話も聞く。個人客も先行き不安をめぐい切れず、繁華街は当面静かな日が続く。
スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、販売量が減少している。
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災は未曾有の大震災であり、被害の全貌はまだ見えないようである。今のところ、たいへんな影響を受けている。

タクシー運転手	来客数の動き	・異動の時期で、例年ならば送別会などの客でにぎわっている夜の繁華街が、今年は人出が少なく閑散としている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・元々景気が悪いなか、東日本大震災によって繁華街の人出は更に少なくなり、大変な状況になっている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・本来ならば歓送迎会などで非常に忙しい月であるが、東日本大震災後は自粛ムードとなり、歓送迎会等はほとんど行なわれていない。客の話では、パーティーやその他の催事もほとんどがキャンセルになっている。当社のハイヤー利用もかなりキャンセルされており、ハイヤー部門の売上が落ち込んでいる。	
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・低価格メニューへの移行や解約数の増加などにより、とても厳しい局面に入っている。	
観光名所（案内係）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、お金は東日本の被災者への義援金に回すという声が多く、地元でお金を使わなくなっている。	
ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・雪の影響等が徐々になくなり、来場者数が増える時期になっている。しかし、前年同月と比較すると来場者数、売上共に増えているものの、予算目標より3か月前と比較すると少し減少している。	
美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災に伴う自粛の影響で、キャンセルが相次いでいる。特に飲食店や自営業の客からのキャンセルが多く、話を聞くと、客の自粛によって店の売上等が減っているとのことである。	
美容室（経営者）	お客様の様子	・客はヘアカラーを自分でやったり、パーマを止めたりしている。	
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、当社の東北地方の営業所が被災している。一部のレンタル資産に損害が出たり、客が避難、転居してレンタルサービスの解約が発生したりしている。	
その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	販売量の動き	・管理しているマンションの中古物件が6件あるが、今月は1件も決まっていない。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客は水や米、ラーメンなど必需品は買うが、雑貨などは全く買わなくなっている。東日本大震災の影響と思われる。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東北、関東の取引先が多数あるため、東日本大震災の影響が強く出ている。直接被害を受けた取引先もあるが、間接的に影響を受けている取引先も多い。また、とても消費する雰囲気ではなく、日用品以外は消費を控える動きが目立っている。
	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災前は横ばいであったものの、震災後は悪くなっている。特に駅内の売店での売行きが、ひどく落ち込んでいる。平日は駅の人出も減少している。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、売上はかなり落ち込んでいる。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	単価の動き	・東日本大震災以降、客足は遠のいている。
	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響は、非常に大きい。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の不安で、し好品を買おうという意欲はあまり見られない。
	百貨店（営業企画・販売促進）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、消費意欲は低下している。
	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、ミセス、シニアの来客数が激減している。この世代への影響が、最も大きい。購買率も大幅に低下している。販売員の話では、災害に対する不安から、客は生活必需品や防災用品の購入を優先している。高額品に対しては、自粛ムードが強い。震災前は全体的に回復基調であったが、上げ潮ムードが一変している。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・取引先の八百屋の話では、3月に入ってから全く客が来なくなり、売れなくなっているとのことである。
	コンビニ（店長）	それ以外	・東日本大震災の影響により、商品の入荷が滞っている。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、商品が入荷しなかったり、各種イベントが中止されたりして、来客数、販売量共に減少している。

衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・東日本大震災後は、せっかく来店しても、買う気にならないと何も買わずに帰る客もいた。今は来店すらく開店休業状態であり、本当にお手上げである。
乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、言葉も出ないほど最悪な状況にある。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災後は、客に自粛ムードが広まり、宣伝広告も自粛されているため、来場客数は減少している。それ以前に、工場が稼働を停止しているため、新車の納品時期の目処が立っておらず、販売活動はままならない。
乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響による買い控えがあり、来客数が少し減少しているため、受注状況は良くない。
乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・月前半は前年並みの動きがあり、良いペースで受注に結び付いていたが、東日本大震災後の販売は伸び悩んでいる。
乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災後は、メーカーからの商品供給が止まっている。
乗用車販売店 (経理担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、メーカーの操業停止などにより新車が納品されていない。販売できる車が在庫車に限られ、客が要望する車を提供できない場合もあり、苦戦を強いられている。
その他専門店 [貴金属](店長)	お客様の様子	・来客数、客単価共に、大幅に落ち込んでいる。客の購入意欲も確実に低下している。売上の回復は当面難しい。
その他専門店 [雑貨](店員)	それ以外	・東日本大震災の影響で、消費意欲が低下している。
高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災や計画停電の影響により、関東のチェーン店では来客数が激減している。東海、関西でも、予約のキャンセルが大量に発生している。
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により、イベントが中止されたりしている。本来ならば3、4月は書き入れ時であるが、期待外れとなっている。何とか頑張らなければいけないという気持ちにはなっているが、見通しが立た
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が、かなり大きい。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、県外客のみならず県内、市内の客まで、すさまじいほどのキャンセルが出ている。交通手段がないとか、東北関連の取引先あるとか、自粛したいということで、これまで経験したことがないほど需要が減少し、来客数は非常に落ち込んでいる。
観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・平成22年度の業績は前年度を上回り、低いながらも予算目標を達成できた。しかし、今月の景気に関しては、新型インフルエンザ問題が起きた前々年と同様に、大量のキャンセルが発生している。
都市型ホテル (支配人)	お客様の様子	・東日本大震災以降、宿泊、宴会共にキャンセルが相次いでいる。特に海外客の宿泊は、5月まですべてキャンセルされている。
都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、製造業を中心に法人の宴会が相次いでキャンセルされ、来客数は前年同月比40%減である。今後更に影響が出そうである。
旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、自粛ムード一色であり、全く動かない。解約が急激に増えており、今後の見通しが立たないほどである。
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災による影響が、非常に大きい。旅行に行く気になれないという理由のキャンセルが多くなっている。春先で本来ならば旅行の申込が増えてくる時期であるが、それもほとんどなく、最悪の状態にある。
旅行代理店(経営者)	それ以外	・中国との尖閣問題が落ち着き多少上向きかけていたところに、東日本大震災や福島第一原子力発電所の問題が起き、急激に悪化してきている。
旅行代理店(経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で関東方面のテーマパークが閉園しているため、春休みの旅行申込に影響が出ている。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、関東方面のテーマパーク関連の旅行を中心にキャンセルが大量に発生している。代替コースもなかなかないため、売上は激減している。

	旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故は、旅行業界に多大な損害を与えている。関東以北の国内ツアーはもちろん、それ以外の国内ツアーや海外旅行でもキャンセルが続出している。この10日間で、約2千万円のキャンセルが発生している。今後も学校関係を中心にキャンセルや延期が見込まれる。2年前の新型インフルエンザ流行に伴う旅行の中止、延期以上の規模になると予想される。	
	通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響は甚大である。	
	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響がかなり大きく、キャンセルが多くなっている。	
	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数と客単価が悪化している。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・寒さが続いているため、客の出足は相変わらず悪い。	
	理容室（経営者）	お客様の様子	・景気の悪い話は何も聞かれない。理容業界では、低料金の床屋に客が流れており、困っている。	
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、買い控えがかなり見られる。	
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、客の購買意欲は低下している。また、部材が調達できなかったり、価格が高騰してきたりしている。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、資材が入荷しない。今後、完工の遅れが発生しそうである。	
企業動向 関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・円高基調であるが、欧米市場が堅調であることに加え、ジェネリック医薬品も好調である。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響に伴う仮設住宅の建設や資材の増産及び4月からのメーカー値上げに伴う仮受注により、受注、販売量共に増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注価格及び販売価格は非常に厳しいものの、受注量、生産量はパブル崩壊後で最高となっている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・4月からの新機種立ち上げに向けて、設備投資が非常に増えてきている。
	行政書士	受注量や販売量の動き	・主要な顧客先である運輸業界では、貨物に動きが出てきている。	
変わらない		化学工業（総務担当）	それ以外	・2月後半から上向きになっていたが、東日本大震災以降は支援物資の出荷も加わり、売上は増えている。しかしその一方で当社の関東工場では、計画停電の影響で十分稼働できていない。
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格の上昇分を、販売価格に十分転嫁できていない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引合件数や受注量は、前月、前々月と比べて5%ほど増加している。ただし、相変わらず価格競争が厳しく、円高も続いているため、利益を出すことは難しい。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災の前後で、状況は大きく変わっている。震災前は上向き気配があったが、震災後は悪化している。
		建設業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響がどの程度か読めないため、しばらく様子見にならざるを得ない。
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上の3か月前比は、前年が17.8%増で今年は0.9%減と、18.7%も落ち込んでいる。ただし、前年の大幅増は前々年の落ち込みが大きかった反動によるため、実質的には今年とほとんど変わらない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因に伴う変動の範囲内で推移しており、大きな変化はない。
		輸送業（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により、個人の高単価荷物の発送が非常に増えている。ただし到着個数は減少しており、差し引きすると変わらない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は、落ち込みも上向きなく、低い水準で横ばいである。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の投資意欲に変化はなく、厳しい状況のまま安定している。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、取引先にはかなりの危機感が出ている。ただし、それが数字に反映されるまでには至っていない。	

	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業の広告宣伝費は、相変わらず抑制されている。新規の引き合いもほとんどない。	
	会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・顧問先企業の確定申告が終了したが、飛びぬけて業績が改善した企業も急激に悪化した企業もない。企業の話では、年明け以降も状況はあまり変わっていない様子である。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・案件数が増加し改善傾向にあったが、東日本大震災によって不透明になってきている。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・月前半は好調に推移していたが、東日本大震災により、後半は動きが止まっている。外注先や競合企業の仕事量も、減少している様子である。	
やや悪くなっている	食品製造業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災により、企業活動に影響が出てきている。	
	紙加工品〔段ボール〕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で、受注量は減少傾向にある。自動車関連、食品関連など、広範囲に及んでいる。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は当地域ではあまりないと思っていたが、予想以上に影響があり、受注量、販売量共に落ち込んでいる。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年ならば、年度末の広告出稿量は通常の1.5倍程度に増える。しかし、今年は東日本大震災の影響もあり、飲食店からの出稿量が減少している。	
	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災で被災した同業他社の製品の同等品を、緊急に生産して欲しいとの注文が数件入っている。しかし、全体としては、受注量は減少傾向にある。	
	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・理由が分からないくらいに、受注価格は低下傾向にある。原価を割る受注競争が止まらない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により、東北、関東向けの出荷がキャンセルになったため、売上は減少している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は2月がピークであった。また、東日本大震災の影響で、大口仕入先の大半が被災している。在庫があるため、3月は前月に対して小幅な落ち込みで済むが、4月以降に生産が再開するかどうかは不透明である。	
	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・他県からの参入により、当社の受注が少なくなっている。	
	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・燃料である軽油の価格が上昇しているにもかかわらず、荷主からは厳しい値下げ要請が続いている。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、自動車関連の製造業では1～3週間も稼働停止している企業がある。自動車関連企業が多い愛知県西三河地区では、景気はやや悪くなっている。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響か、大型スーパーのチラシ広告量が大きく落ち込んでいる。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・住宅の売行きが鈍くなっているという話をよく耳にする。東日本大震災の影響で、特に沿岸部の住宅は非常に売りにくくなっていると聞く。今後は放射線等のリスクに対しても、消費者は敏感になっていくと思われる。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で部品供給がストップし、休業する事業所が出始めている一方で、震災救援品の生産のため、休日出勤している企業もある。また、石油製品、建築資材の値上がりや商品の買占めが起きており、消費者の間では不安が高まりつつある。	
悪くなっている	化学工業（人事担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、経済活動は大きく低迷している。販売量だけでなく、価格などすべての面で悪くなっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響で部品供給が止まり、現在は在庫で対応しているが、影響は今後大きくなる。円高の影響も大きい。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きい。福島第一原子力発電所からの放射性物質拡散も懸念される。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、得意先への出荷はほぼ止まっている。その一方で、仕入先に対する責任から購入は続けているため、当社の損益及びキャッシュフローは悪化している。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、14日以降は出荷の大半が停止しており、景気は本当に悪い。売上は、予想よりも3～4割減少する。	

	輸送業（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響により、国内全体で生産や消費が落ち込み、国内物流の減少が懸念される。また、原油価格の高騰と震災の影響に伴うガソリン、軽油等の供給不足が、今後更に景気を悪化させる。	
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が大きく、復旧には時間が掛かる。関東地方の計画停電の影響で生産計画が立てにくく、また消費者も自粛ムードで必要最低限の物しか買わない動きが広がっていることから、生産、消費共に下向きになってきている。	
	金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災に伴う部品供給網の寸断により、自動車生産はほぼ停止している。被災していない当地域の部品生産も、大幅減少を余儀なくされている。自動車販売は、納車遅れよりも消費者マインドの低迷が大きく、不振である。	
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災による影響のためか、取引の中止、延期が相次いでいる。	
	企業広告制作業（経営者）	それ以外	・東日本大震災では、生産設備を失っただけでなく、人的被害も大きい。	
	公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績が悪化している。	
	その他サービス業【広告印刷】（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気の低迷が続いていたところに、東日本大震災が起り、東京の取引先の動きが全く止まっている。しばらくは様子を見る以外にない。	
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（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先企業の研究開発は引き続き活発であり、技術者派遣への需要もおう盛である。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・求人の増加傾向が続いており、2月以降は増加幅が拡大している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が大幅に増加している。運転手等の求人が著しく増加しているほか、自動車部品製造業でも少しずつ上向きになってきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数も求職者数も増加しているが、求人の増加率がより高く、求人意欲はおう盛である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の増加が継続し、正社員求人の割合も改善してきている。雇用環境は上向きである。ただし月末になって、東日本大震災による間接的な影響が散見される。今後にも少なからず影響すると予想される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・取引社数が微増している。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣需要は例年と変わらない。採用意欲がおう盛な業界も見当たらない。	
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・受注数は前年同月比約120%であり、派遣求人は順調に回復してきている。ただし内容的にみると期間限定求人の割合が高く、短期案件は全体の40%以上を占めている。全体としては、停滞が続いている。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数の前年同月比は、5か月ぶりに上昇に転じている。ただし、新規求人数の前年同月比は、7か月連続で上昇している。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・上旬までは良かったが、東日本大震災の影響により、自動車関係の事業所で派遣社員を雇い止めする動きが見られる。	
	民間職業紹介機関（支社長）	それ以外	・東日本大震災の前は着実に良くなっていたが、震災の影響により不透明になってきている。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、求人、採用を見合わせる企業が出てきている。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が、徐々に始めてきている。直接、間接に影響を受けた企業から、休業に関する問い合わせが来ている。	
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・取引先のホテルでの送別会の予約状況は、前年と比べて好調であった。しかし、東日本大震災を境に、自粛のため法人の送別会はキャンセルが相次いでいる。その損失を少しでも軽減しようと、派遣注文が削減されている。	
	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、各工場の操業が停止している。自社の工場が被災していなくても、東北の部品工場からの納入ができなため、生産できない企業が多数ある。企業活動は止まっており、社員の残業をゼロにする企業もある。	
	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災によって、すべての産業が大きな打撃を受けている。計画停電の影響もある。	

	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、大手自動車メーカー系企業では工場が停止し、派遣社員の休業も始まっている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により、自動車関連の製造業を中心に、悪くなってきている。地元の手自動車メーカーでは、工場の操業を停止している。住宅業界でも、部材の搬入が遅れるなど影響が出始めている。また、海岸近くの分譲地では、予約のキャンセル等が発生している。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が大きく、新聞の求人広告量はかなり落ち込んでいる。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災が雇用に与える影響は予想も付かず、深刻な状況になる。