

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	百貨店（販売担当）	・現状では東日本大震災が消費者心理に与えた影響が非常に大きく、生活必需品を優先させる傾向や買い控えが見られ、景気はやや悪い状態にある。しかしこの傾向は、月変わりや気温の変化等をきっかけに、大きく変化する可能性が高い。ただし、福島第一原子力発電所問題が続けば、遠方の当地域でも不安感が高まり、回復が遅れる可能性もある。
	やや良くなる	コンビニ（商品開発担当）	・東日本大震災の影響で、大手メーカーでは東海地域の工場製造し関東へ輸送するという流れが続く。当地域でも自動車関連企業は影響を受けているが、今後はそれを上回る特需が続く、雇用も生まれる。東海地域に人、物、金が入流していることが実感できる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・新しい物に対して客の関心が出てきており、今後は良くなる。
		家電量販店（店員）	・完全地上デジタル化を迎える3か月後には、テレビ販売で最後の盛り上がりがあると見込まれ、販売数量は増える。ただし、完全地上デジタル化後は環境が一変し、厳しい状況になる。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響を除けば、中古車の販売量や問い合わせ件数は良くなっており、今後も明るい。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車関連企業が多い当地域では、自動車の生産再開が肝心であるが、今後は東日本大震災後の復興需要が出てくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後は、現在生産停止しているメーカーからの商品供給が、徐々に始まる。
		旅行代理店（従業員）	・新しい仕事を3件受注しており、今後はやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・今は転入、転出が多く本来ならば商品が動く時期であるが、東日本大震災の影響もあってか、贈答関係は全く伸びていない。高単価である贈答関係が伸びない限り売上は低迷するが、今後もこの傾向は続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・先が見えないなか、東日本大震災に伴う自粛もあって、外食は控えられる傾向にある。予断を許さない状態が、ここ2～3か月間は続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・商品によってばらつきが出ると思うが、良くなっていく商品もありそうである。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・東日本大震災の影響は、かなり大きい。復興が軌道に乗るまで、国民全体が暗い気持ちのままである。また、色々な商品が値上がり傾向にある。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・商品の緊急性、安全性、保存性などに対する消費者の志向は、少しずつ変化している。食品は、大きく伸びることもなく推移していく。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響が今後どうなるか、全く不透明である。
		百貨店（売場主任）	・一部では東日本大震災の影響も出てくるが、全体的に見れば、購買意欲は低い状態で安定的に推移していく。
百貨店（店長）		・今後、東日本大震災に伴う買い控えが解消されても、供給の悪化は依然として懸念される。	
	百貨店（販売担当）	・例年通りであれば、ゴールデンウィークには多くの集客、売上がある。しかし、東日本大震災からの復興状況や、福島第一原子力発電所事故への対応状況によって、今後における消費者の不安感は全く違ってくる。	
	スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で、スーパーでは需要が増えている感がある。しかし供給が不安定であるため、売れる商品を仕入れられるかどうか、今後も心配である。	
	コンビニ（企画担当）	・東日本大震災による交通、生産基盤への被害は甚大であり、今後は生産や輸出の減少、供給不足に伴う商品価格の上昇の他、観光産業への影響も想定される。ただし、コンビニの現場の雰囲気判断すると、今後も底堅く推移する。	
	乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故からの早期回復は望めない。工場が稼働を再開し新車が安定的に供給されるまでは、商談に活気は出てこない。	
	住関連専門店（営業担当）	・東日本大震災の影響で、住宅建築業界では各資材価格が上昇し、調達困難な資材も出てきている。新築工事を中心に価格が上がり始め、今までのデフレからインフレになりつつあり、現場は厳しくなる。	
	高級レストラン（スタッフ）	・来客数は下げ止まりつつあるが、東日本大震災以前の状態を回復できるのはいつ頃か、目処が立たない。	

	タクシー運転手	・もともと景気が悪いなか、東日本大震災が起こり、人出は少ない。2～3か月で良くなるとは考えられない。ただし、これまでずっと悪い状況が続いているため、今後も悪い状態のまま横ばいが続く。
	ゴルフ場（企画担当）	・予約人数は、各ゴルフ場でばらつきがあるものの、平均すれば前年並みである。今後は少し悪い状態で推移するが、5、6月はゴルフシーズンでもあり、大きな増減はない。
	美顔美容室（経営者）	・4月からキャンペーンを始めるが、客から新規客を紹介して貰ったりという動きは、今年もあまり変わらない。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・東日本大震災で被災した東北地域の営業所への支援のため、当面新たな取組はできない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・地上デジタル化が完了するが、テレビ以外に魅力的な商品は少ない。電気給湯器、太陽光発電も、販売台数には限界がある。
	商店街（代表者）	・東日本大震災後、主原料は早期に手配し確保できているが、包装用のフィルムが被災地で生産されていたため、今週で在庫が無くなる。今後入荷できなければ、商品を生産できても出荷はできなくなる。このように思わぬ商品を入荷できず、方々で不安が生じて景気が悪化する、ということもあるのではないかと。
	一般小売店〔書店〕（経営者）	・東日本大震災の影響が、これから徐々に出てくる。当店で、電気を少なくしたり閉店時間を早めたりと節電している。客の買い方も、徐々に節約が増える。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・これまでは良くなる傾向が感じられたが、東日本大震災後は、企業や個人が慶弔に関しても自粛している。今後も自粛や抑制した付き合いが続くと思われ、贈答品店の先行きは厳しい。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災の被災地の報道が絶えず流れているため、客は質素節約を志向する様子がある。このため経済活動は停滞し、景気はやや悪くなる。また、当店では原材料は今のところ順調に入荷しているが、副資材の一部が非常に入荷しにくくなっており、先行きが不安である。景気回復には、今まで想定していた以上の日数が掛かる。
	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・今後、東日本大震災の影響が出てくるのは確実である。特に中元などでは、商品供給の面も含めて相当厳しくなる。
	百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響で入荷が止まっていた東京方面のメーカーから、一部の商品はやっと届くようになったが、まだまだ順調ではない。客の様子を見てみると、ぜいたく品の購入を控えて、地震に備えた商品を買うという客が多い。今後やや厳しい状況が続く。
	百貨店（企画担当）	・東日本大震災前までは、2か月連続してゆっくりした景気回復を実感できた。しかし震災以降は、福島第一原子力発電所問題も重なり、消費者の購買意欲の減退が強く感じられる。この状況は数か月間続き、景気回復までには時間が掛かる。
	百貨店（販売担当）	・東日本大震災後は来客数が非常に減っており、今後もこの傾向が続く。
	百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災による消費者マインドの低下は、今後も継続する。また、円高、株安による影響も懸念される。
	スーパー（経営者）	・今月の急な落ち込みがいつまで続くか、見通しが立たない。今後は、今よりは悪くなる。
	スーパー（経営者）	・地域で開催予定であった多くのイベントが、東日本大震災に伴う自粛で、すべて中止になっている。その影響で、小売業者、関連業者は一段と厳しくなる。
	スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で、小麦を始めとした農産物の値上がりなど、非常に大きな影響が出てくる。小麦以外の農産物でも商品の仕入れが非常に困難になっており、特に放射性物質が検出された商品は価格の高騰が予想される。今後は非常に厳しくなる。
	スーパー（店員）	・東日本大震災の影響で、かなり買いためている客が多く、その分、今後は買い控えが起こるのではないかと。
スーパー（店員）	・客が低価格商品に流れる動きは今後も変わらず、今後も景気はやや悪くなる。	
スーパー（総務担当）	・東日本大震災の特需の反動で、今後売上は若干減少する。また、全商品でこれまでの販売計画を中止せざるを得ないため、これも売上減少の要因になる。	
スーパー（営業担当）	・東日本大震災後の自粛ムードのなか、節電や買い控えなどによって消費は伸びない。また、関東、東北の工場閉鎖や福島第一原子力発電所事故による農水物への影響もあり、景気はやや悪くなる。	

スーパー（販売促進担当）	・東日本大震災への政府の対応、情報が明確でないため、被災地域外の客も不安に感じており、それが消費行動に表れている。福島第一原子力発電所事故に対しても同様であり、風評等により生鮮商品の販売に影響が出ている。また、計画停電等の影響で出荷停止や入荷の遅れもあり、今後の景気はやや悪くなる。
コンビニ（エリア担当）	・この3か月間ほどは景気が回復する兆しを感じられたが、東日本大震災によって、自動車関連などの製造業の操業停止が続くことを考慮すると、5、6月にも影響は残る。
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響は当面継続し、購買意欲が積極的になることはない。
衣料品専門店（経理担当）	・東日本大震災以前は徐々に好調さを取り戻していたが、地震後は衣料品、身の回り品、娯楽品等の購買が止まっている。食料品、電気機器、防災用品は好調であるため、全体の売上に変化はないが、今後影響は徐々に広がっていく。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・今後、東日本大震災の影響が出てくる。
スナック（経営者）	・客の飲食する場所が駅前周辺になっており、人の流れが変わっている。今後もこの傾向は続く。
都市型ホテル（従業員）	・予約数が例年よりも少ない。
都市型ホテル（経営者）	・景気が踊り場を抜け出す兆しが出ていたところに、東日本大震災が起きた。今後の影響も不確定であり、景気のリバウンドは遅れる。
都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所の問題で、海外からの宿泊客が見込めない。宴会も、大手企業は自粛する。
都市型ホテル（経理担当）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故による影響で、今後も人の流れが停滞するため、ホテル業界の景気はやや悪くなる。
観光名所（案内係）	・東日本大震災の様々な影響が、当地域に出ている。回復まではしばらく時間が掛かる。
パチンコ店（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛ムードは、今後も続く。
美容室（経営者）	・東日本大震災の影響で、多数のイベントが中止になり、髪の毛をセットする客が減少している。この状態はしばらく続く。
設計事務所（経営者）	・東日本大震災の発生直後から、名古屋への資材流通はストップしている。当地域の工事は少なくなるが、今は東北の復興が急務である。
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、客は住宅購入に慎重にならざるを得ない。
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、着工の遅れや資材価格の高騰により、今後はやや悪くなっていく。
その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・管理物件のメンテナンス業者の話によると、建築資材等がかなり品不足になっており、仕事が進まないとのことである。
悪くなる	・家電エコポイント制度が終了し、東日本大震災の影響で供給がストップする商品もあるため、今後の景気は悪くなる。
百貨店（販売担当）	・東日本大震災による影響は、特に自動車関連企業で大きい様子であり、今後当地域にも確実に出てくる。
百貨店（経営企画担当）	・東日本大震災による特需も予想されるが、嗜好品や高額品を中心に買い控えが大きく、今後の景気は悪くなる。
スーパー（店長）	・東日本大震災の影響により、商品の入荷状況がかなり悪化しており、売上の確保は非常に難しい。また、福島第一原子力発電所事故の影響で、放射性物質が検出されているため、生鮮食品の入荷減少、価格高騰、買い控えが、今後もかなりの期間続く。
スーパー（店員）	・東日本大震災の影響で、各メーカーから納品遅れの通知を何通も受け取っている。商品の安定確保が困難であるため、広告チラシを作成するのが非常に困難である。また、卵の仕入れ値が開店以来最高になったり、野菜の価格も徐々に上がってきたりしている。しばらくは、福島第一原子力発電所問題とガソリン価格の動向に大きく影響される。
スーパー（営業企画）	・東日本大震災後、自動車関連を始めとしたメーカーの生産がかなり不安定になっており、これが消費にもかなり影響してくる。
コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響で今後商品の品ぞろえが少なくなると、厳しくなる。
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、商品が入荷しなかったり、工場の稼働が落ちたりしている。今後これが長引くようならば、ますます悪くなる。
コンビニ（エリア担当）	・消費者マインドの冷え込みが加速する兆候が、各方面で見られる。そのため、今後の景気は悪くなる。

コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響で、たばこやビール、飲料水など供給が停滞する商品が続出している。今後は販売する商品がなくなり、売上は相当に落ち込む。
コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響により、しばらくは消費者心理にマイナスに働くため、コンビニ業界の景気は悪くなる。
衣料品専門店（経営者）	・もともと低迷したところに、東日本大震災が追い打ちをかけている。緊急な必需品ではない洋服は、今後は一番に買い控えられる。
家電量販店（店員）	・他地域の電力会社による計画停電の発表後、電池、懐中電灯とラジオが2日間で売り切れた。入学や新生活の需要は堅調であるものの、東日本大震災の影響のためか、それ以外の売上はない様子である。近隣の自動車工場でも、部品不足のためか休業中である。2～3か月後は、テレビの完全地上デジタル化のため、2、3台目の買換え以外の需要はほとんど期待できない。
家電量販店（店員）	・東日本大震災で、生産に影響が出ている。
乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響は、次第に大きくなっていく。
乗用車販売店（従業員）	・メーカーによる生産が再開しない限り、今までのようには売れない。また、4月から自賠責保険料が上がることを見越して3月までに注文した客もあるなか、納期が遅れるとその分を当店が負担することになる。この先どうなるのか、全く見通しが立たない。
乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響で、新車の生産に目処が立っていない。自粛ムードもあり、販売にはなかなか結び付かない。
乗用車販売店（経理担当）	・今後、東日本大震災の影響による買い控えが懸念される。
その他専門店〔貴金属〕（店長）	・将来不安のため、高額商品の買い控えが増えている。また、買い方も非常に慎重である。今後販売が上向き気配は、全くみられない。
一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ると、すべての業種、企業、職種で低迷しており、経営不振に陥っている。客の景気が悪く、当店に足を運ばない状態であるため、今後当店の商売も悪くなる。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因が見つからないなか、東日本大震災が起きた。今後は食生活等にも影響し、外食はなくなる。
スナック（経営者）	・例年ゴールデンウィーク明けは消費が冷え込むが、今年は大連休になる企業が多いため、特に影響を受けそうである。今後は厳しくなると話す客も多く、不安は大きい。
観光型ホテル（販売担当）	・新年度からやっと戻り始めていた企業、団体からの予約が、半分ほどキャンセルされている。今後も2、3か月間かそれ以上、影響が続くことは必至である。早急な対策が必要であり、早くも新年度の計画見直しを迫られている。
都市型ホテル（営業担当）	・自動車関連、電機関連の製造業からの予約が、軒並みキャンセルされている。今後の見通しも全く立たない。
旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の復興需要がある建設、建築関連では、徐々に上向きになると思われる。しかし旅行業界では、今後半年間以上、悪化に歯止めが掛からない。被災地の窮乏も、仕事面では「明日は我が身」である。非常に厳しい。
旅行代理店（経営者）	・成田、羽田を中心に、外国の航空会社が減便等を行っている。海外客の予約キャンセルも始まっており、観光産業ではアメリカ同時テロ事件、SARS問題以来の危機的な状況である。また、福島第一原子力発電所問題の長期化や夏場の東京での電力不足は海外にも不安を与え、企業業績は一層悪化する。
旅行代理店（従業員）	・東日本大震災災害からの復興には、時間が掛かる。観光業界では、厳しい状況が続く。
旅行代理店（従業員）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響で、企業の周年行事の旅行、パーティが軒並みキャンセルされ、予算が義援金として寄付されたりしている。今後出てくるはずの団体旅行も、差し控えられる。福島第一原子力発電所事故の展開次第では、今後更に予測できない悪化を招く恐れがある。
タクシー運転手	・東日本大震災に伴う各企業の自粛で、夜の繁華街の人出はかなり少なく、歓送迎会が多いこの時期でもタクシー需要はあまり見込めない。このまま自粛が続くと、東海地域の経済活動も一層停滞し、景気は悪くなる。

		タクシー運転手	・東日本大震災後、当社のタクシー1台当たりの売上は、2割程度減少している。また、自動車メーカーの操業停止、ガソリン価格の高騰、プロ野球の開催延期など、沈滞ムードが広がっている。回復には時間が掛かる。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響は、今後も長引く。
		テーマパーク（経営企画担当）	・東日本大震災の影響は、今後も続く。
		理美容室（経営者）	・東日本大震災の影響で、仕事が停滞したりキャンセルされたりという話ばかり聞く。今後も、景気は更に悪くなる。
		理容室（経営者）	・客は相変わらず安い店に流れている。仕事はどんどん減少している。また安い理容店が出来るという話を聞き、もうお手上げである。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響により、今後は悪くなっていく。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災以降、建築資材が入荷しない。建築資材の価格も、少し値上がりしているようである。今後これが続くと、収益は一層厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、当地域でも東海地震、東南海地震への不安により、購買意欲は減退している。また、部材価格の高騰により、客の予算との折り合いが難しくなり、住宅購入への関心そのものが薄れつつある。復興へ向けた意気込みも、兵庫県南部地震の時の力強さと比べて欠けている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・東日本大震災後は物流が停止しており、材料が入荷していない。工事を中断している現場もある。今は年度末の特需が終了して、企業等からの設備投資の見積依頼や引き合いも、ほとんどない状態である。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・設備投資の追加は、あと半年間くらいは続く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・東日本大震災の影響により、今は完成車メーカーが納入にストップを掛けている。しかし3か月後には、インフラが今よりも回復し、部品の製造現場も整備され、完成車の組立ては再開可能になると思われる。それによって、出荷は多少増加する。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・6月には、稼働率は現状の20%程度から70%程度まで高まる。その結果、赤字幅は縮小する見通しである。
		行政書士	・顧問先の運送業者では、東日本大震災の復興関連で、物流に動きが出ている。
		会計事務所（職員）	・当地域の大工、建築業者にも、東日本大震災の被災地での仕事依頼がある。復興には長い期間が掛かるため、仕事量はかなり増えそうである。
変わらない		窯業・土石製品製造業（社員）	・東日本大震災の影響で生産停止している取引先もあるが、逆に受注が増えている取引先もある。全体としては、あまり変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、救援物資関連の受注量は増加する。ただし、通常の受注量はほぼ変わらない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先企業では、受注のキャンセルなど東日本大震災の影響は、まだ出ていない。今後影響が出てくるとしても、もう少し先になる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・現在の生産が通常に戻るには、3か月ほど掛かる。東日本大震災の復興需要がどの程度出てくるかは不明であり、全体として厳しい状況が続く。
やや悪くなる		食料品製造業（企画担当）	・東日本大震災以前の重油を始めとする原材料価格の高騰に加えて、震災後は原材料の調達にも影響が出ている。企業によっては、損益に影響が出てくることも考えられる。消費者も、余分な物を買わないようにと、消費を減少させる。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・東日本大震災の影響による受注量の減少が、今後半年間以上は続きそうである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響は、3か月先も残る。
		印刷業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、材料は入荷しにくくなっており、今後景気は一層悪くなる。
		化学工業（総務担当）	・一部の原材料が入荷できなくなっているため、製品の供給に支障が出てくる。
		金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で、東日本からの引き合いが減少している。
		金属製品製造業（従業員）	・受注価格の低下は、依然として好転する見通しはない。また、東日本大震災の影響で、原材料の不足やそれに伴う原材料価格の高騰が懸念される。

	一般機械器具製造業 (営業担当)	・北米、アジアの両方で、自動車産業からの設備投資の引き合いが引き続き増加している。しかし、東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響で、操業停止している部品メーカーがあり、受注しても納期までに設備を製造できるかどうか、不透明になっている。また、放射線被害を恐れて船が予定通り入港せず船積みができなかったり、放射線検査のため商品の納入が遅れたりするなどの影響もあり、資金回収にも影響が出始めている。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・東日本大震災の影響で、悪化は避けられない。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・東日本大震災の影響は、2～3か月先に表れる。復興需要が出てくるが、部品調達の問題が大きく、2～3か月先の時点ではやや悪くなる。
	輸送業(エリア担当)	・自動車メーカーの操業が停止しており、関連企業では休業しているため、従業員の所得が減少する。また、東日本の農作物の不作により、農作物の到着量は秋にかけて減少する。
	金融業(従業員)	・東日本大震災で、自動車関連にはかなりの影響が出ており、復旧にめどが立っていない部分もあると聞く。この先数か月間では、景気が良くなるとは思えない。
	不動産業(管理担当)	・これまで比較的堅調であった名古屋地区でも、東日本大震災の影響をかなり受けている取引先がある。今後、影響が長引くようならば、景気はやや悪くなる。
	広告代理店(制作担当)	・東日本大震災の影響で、企業は各方面で自粛する。そのため、広告制作物等の受注量は、多少なりとも減少する。
悪くなる	鉄鋼業(経営者)	・東日本大震災後は、公共工事の延期、自動車等の生産の遅れ、自粛による消費低迷など、不安要素が多い。先行き不安と様子見によって、企業の投資意欲は減退する。
	電気機械器具製造業 (企画担当)	・東日本大震災の影響で、生産は当分落ち込む。復興需要が出てくるまでは、景気は好転しない。
	輸送業(経営者)	・東日本大震災の影響により、荷主による計画的な物流が中断されている。そのため、高コストでのサービス提供を余儀なくされており、利益が圧迫される状況が続く。また、原価に大きな割合を占める軽油価格の高止まりが想定される。
	輸送業(エリア担当)	・東日本大震災の影響により、自動車関連の生産が停止しており、今後の見通しが立たない。
	通信業(営業担当)	・東海地域の取引先の中には、東北地域に拠点を多く持つ企業もあり、復旧には時間が掛かる。東日本大震災の影響で、経済はしばらく低迷する。
	金融業(法人営業担当)	・自動車生産が正常化する見通しが立たない状況では、関連製造業の業績悪化は必至である。それに加えて、消費者マインドが低迷しているため、内需の減少も当面避けられない。
	不動産業(開発担当)	・東日本大震災の影響により、住宅の買い控えと工事費の急上昇が見込まれる。しばらくは非常に苦しい状況が続く。
	広告代理店(経営者)	・東日本大震災後の広告、イベントの自粛は、かなりの痛手である。実際、当社が受注していたイベントもキャンセルされている。
	雇用 関連	良くなる やや良くなる
人材派遣会社(経営企画)		・東日本大震災や関東地域での計画停電の影響は、関東以外ではあまりなく、おう盛な研究開発に伴い技術者派遣需要は引き続き活発化する。
人材派遣会社(支店長)		・東日本大震災後、一部の企業では海外から部品を輸入するなど、早い立ち上がりを目指しているとの話を聞く。3か月後には各工場の生産が再開し、企業業績は現在より回復していく。
職業安定所(所長)		・求人の増加傾向は、今後も続く。求職者数は、微減で推移する。
職業安定所(職員)		・求人数、工業製品出荷額共に、やや良くなっている。2～3か月先には、もう少し改善する。
変わらない	人材派遣会社(経営者)	・東日本大震災の影響で、企業の採用意欲は少し減退している。その結果、求人数が少ない状態は変わらない。
	人材派遣会社(社員)	・特に法人関係で自粛が続くため、数か月間はそのまま変わらない。
	新聞社[求人広告] (営業担当)	・東日本大震災の復興需要がいつ頃出てくるかわからず、現状では予想が立たない。
	民間職業紹介機関(支社長)	・東日本大震災の影響がわからず、現状では予想が立たない。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・東日本大震災の影響で、新規の人材採用を控えるケースが増えてくる。
	人材派遣会社(営業担当)	・東日本大震災の影響により、多くの企業が関東以北での事業を見直している。本社機能を関西へ移転させる企業もあるようで、事業を集約する動きも予想される。

	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の改正に伴い、各メーカーでは3月末、6月末での契約を終了させる動きがある。人材派遣会社では、その減少分を補えない見込みである。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響により、東北での部品製造の中止や、休業を計画する企業が増えている。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響により、生産調整や休業等を行う事業所が出始めている。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災で、操業再開のめどが立たない自動車関連は大きな影響を受ける。また、それが製造業全体に波及していく可能性もある。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災に伴い、親会社の生産休止や部品調達の困難から、休業する企業などが見られる。また、ホテルの宿泊予約のキャンセルなど間接的な影響も出始めており、景気の一時的な落ち込みが懸念される。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で、休業する企業が増加している。3月上旬時点では景気は良くなると思われたが、悪化に変わってきている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月は計画通りの実績になりそうであるが、東日本大震災の影響で、取引先各社は採用計画を見直しており、5月以降は確実にマイナスの影響が出てくる。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・東日本大震災の影響により、関東、東北で開催予定であった新卒採用説明会が中止になっている。
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災後、一部では復興需要がありそうであるが、人材派遣業では雇い止め等があると予想される。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・生産現場では、工場の操業停止がまだまだ続きそうである。今後も厳しい状況が続く。