

・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：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	○	○	○
	やや良く なっている	スーパー（役員）	販売量の動き	・東日本大震災の復興支援関連事業により食品の売上が良くなっている。米で前年の1.3倍、加工食品で前年の1.2倍の売上になっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・今年は大雪の影響で客足が途絶えていたが、暖かくなってきたことで交通環境が良くなったため、来客数が増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の前までは3月の移動を機に住宅を購入する客が増加傾向であった。また、客が購入の意思決定にかける時間がかなり短くなっており、来訪から1週間ぐらいで購入を決めるような客も増えてきていた。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・悪いなりに安定してきた売上も東日本大震災を機に一気に消費マインドが下がっている。また、地震に伴いアジア系の旅行者がばたっと減っており、売上も20～30%減っている。客は地震の話で持ちきりであり、買物どころではなくなっている。
		商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響により、地域によって差はあるものの、全体的に景気が落ち込んできている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きい。商品の入荷が遅れるとともに、観光客の予約キャンセルが数多く発生している。また、義援金等の募金活動が各団体及び組織で実施されていることから、買物等の出費を抑制していることがうかがえる。20～21日の連休においても、初日の来街者数は普段の半分程度まで減少した。
		百貨店（役員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でホームセンターやスーパーが売上を大きく伸ばしている一方で、百貨店は衣料品・宝飾関連が前年割れとなっている。商品の入荷も全く先が見えない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・季節的には入学・進学のパークの時期だが、東日本大震災の影響が生じており、客の買い方が非常に慎重になっている。食料品や必需品の動きは良いが、高単価品、嗜好品の動きは非常に悪く、全体ではどちらとも言えない状態にある。プラスマイナスゼロの状況にある。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、米やカップめん、水、日用品等の買いだめや、被災地の家族、親類への送付で一時的な仮需要が発生した。
		スーパー（役員）	単価の動き	・今月の売上は前年比99.5%、客単価が前年比101.6%となっている。先月との比較では、数字が若干悪くなっているが、東日本大震災以降、チラシを止めていたことから、通常販促で営業していれば、売上は前年比104～105%まで伸びていたとみられる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・3月は家電エコポイント制度の最後ということで薄型テレビを買いに来る客で店がにぎわっている。薄型テレビの売上が全体の売上をけん引している状況にある。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の最終月ということで、テレビを中心に販売台数が増加しているが、テレビのインチダウンや客単価低下の影響が大きく、全体としてはほぼ横ばいの状態である。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自動車の入荷が完全に止まっており、実売の数字は極端に悪くなっている。ただし、受注量は前年に近い水準にあり、市場そのものはそう落ち込んでいない。	
	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・東日本大震災の影響で生産が落ち込んでおり、売上台数が減少した。	

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	
やや悪くなっている		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後はわずかに買いだめ需要がみられたが、現在は平常に戻っている。	
		通信会社（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災直後こそ来客数が減ったものの、3月全体としては前年並みの来客数、販売量を確保できている。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・年度末に入り、公共事業に関連する輸送が引き続き行われているため、好調のまま推移している。	
			商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数が20%程度減っている。また、計画していたセールスの開催も延期となっている。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・今月前半はホテル、飲食店、土産店など観光関連の業種において、東北新幹線の新青森駅の開業効果がみられたが、東日本大震災後は状況が一転している。ホテルの予約のほとんどが取消しとなり、交通網も寸断されたことなどから、観光関連の業種は大幅に売上が減少した。また、災害による消費心理が購買意欲を減退させており、来街者もまばらになっている。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災や津波の影響で物資が滞っていたため、商店街の店舗はますます疲弊している。
			百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2月の買上客数は前年比97.6%であったが、3月は東日本大震災後の消費マインドの低下もあり、食品以外の部門が苦戦している。20日時点の買上客数は前年比90%台前半で推移している。
			百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災の心理的影響から、地域的には被災・計画停電等の影響が全くないにもかかわらず、来客数が悪化傾向にあり、客単価も低下している。
			スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮品の動きが今一つ鈍い。一方、インスタントラーメンや缶詰を始めとして、不足している商品が多く、入荷も見込めない商品もみられることから、十分な販売体制が取れていない状況にある。
			コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災以後、保存用の商品は特需で売れているが、客の来店頻度は低下している。
			家電量販店（経営者）	販売量の動き	・前年12月の家電エコポイント制度の改変により、付与ポイントが半減したことが販売量の減少につながっている。また、東日本大震災の影響により商品供給が不足している。
			家電量販店（店長）	単価の動き	・東日本大震災の影響かはまだ分からないが、地震後、客単価が下がっており、成約率も低下している。
			通信会社（社員）	お客様の様子	・本来であれば今の時期は新生活シーズンに向けて、活気づく時期であるが、東日本大震災の影響で消費者の自粛ムードが高まっており、積極的な消費行動がみられない。
設計事務所（所長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で様々なプロジェクトが保留となっている。			
悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が減少している。	
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・当地も東日本大震災と原子力発電所事故が影響を及ぼしている。2月のイベント期間中には、中国アジア系の外国人客が入込の5分の1を占めていたが、地震後は外国人客の姿を1人も見ることができなくなっている。	
		一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・例年であれば、3月は中旬から歓送迎会のシーズンに入り、客でにぎわうところだが、東日本大震災の影響でマインドが非常に冷え切っており、お酒に消費が回らない状況となっている。日を追うごとに売上が悪くなっている。	
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客の消費に対するマインドが大きく落ち込んでいる。	

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
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・3月は例年と比べて気温が低く、風の強い日が多かったため、春物の紳士服・婦人服関連のジャケット・コートなど、すべてのアイテムが前年比90%前後という結果となっている。特に、東日本大震災以後は、節約ムード、自粛ムードが重なり、来客数が減少しており、客の様子が一変している。一方で、電池や米、水などについては買上が増えている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災の発生により、来客数の減少に加えて、客単価の低下、ファッションアイテムの買い控えなどがみられており、景気が回復基調になっていた商況が一変する事態となっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で食品を中心に商品の未納が多発している。たばこも未入荷で売れる商品がなくなっている。また、自粛ムードが高まっており、5月人形や卒業式で用いる花などのお祝い関連商品の落ち込みが顕著である。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災以降、商品の供給が一部滞っている。買いために需要で米や水などの生活必需品を中心に一時的に売上が増えたが、商品が供給できないことの悪影響が出てきている。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・商品の流通、製造がストップしており、商品が入ってこない状況にある。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の購買動向が完全に低下している。震災の影響がほとんどない北海道でも消費に影響が出ている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災により、観光客が激減している。売上も前年の50%まで落ち込んでおり、今後の見通しが立たない状況となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・3月上旬の数字は悪くなかったが、東日本大震災後の自粛ムードのため、売上が激減した。団体予約の一部がキャンセルになったほか、日々の予約も落ち込んでいる。市内のホテルも宿泊客が減っており、飲食店の経営環境が厳しくなっている。また、飲食店の落ち込みが生鮮業者、市場、生産地まで影響している。ただし、今月リニューアルした当市の眺望レストランは好評であり、唯一売上が良いようだ。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災後、キャンセルが相次いでおり、相当な売上の減少となっている。宴会・宿泊・レストランの合計で2,000万円以上の減収が見込まれている。
		一般レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災以後、観光客、ビジネス客が激減している。それまで好調だった台湾、中国からの観光客もゼロになった。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災により、今までに例がないほど客が減少している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災と原子力発電所事故の影響により、外国人観光客の予約が3か月先まですべてキャンセルとなった。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災及び原子力発電所事故による放射線汚染に起因する宿泊キャンセルが殺到している。特に海外からの観光客、ビジネス客は皆無に等しい状態である。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災、原子力発電所事故の影響により、予約のキャンセルが生じており、地震以降の受注はほとんどみられない状況となっている。ただし、海外への個人旅行のみ、取扱額が前年比119%と前年を上回っている。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響が甚大である。2月後半から需要が上向き傾向にあったが、国内旅行は4月分まで一旦キャンセルになってしまった。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きく響いている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行の企画商品が前年比74.7%、手配旅行が前年比58.3%となっており、国内旅行全体で前年比73.6%となった。一方、海外旅行は前年比89.8%となった。国内旅行及び海外旅行全体では前年比81.5%となっており、3か月前と比べて悪くなっている。

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
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災という未曾有の危機における国内客の自粛に加えて、外国人観光客の入込がゼロに近くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災後、人の動きが変わっており、昼夜を問わずタクシーの利用が激減している。固定客である無線での注文も激減している。海外からの観光客も全くなくなっており、観光タクシーの利用もほとんどがキャンセルになった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以後、来客数が大幅に減少している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・2月までは、売上が前年実績よりも若干良かったが、東日本大震災以後は急激に悪化しており、20～30%の落ち込みがみられる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、予約キャンセルが相次いでおり、電話注文も激減している。
		観光名所（役員）	来客数の動き	・東日本大震災以降の観光入込の動きをみると、海外客は皆無となり、国内客も急減している。前年と比較して、3割程度の入込を確保するのがやっとの日が続いている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・北海道観光も閑散期に入り、海外客・国内客とも利用客が減少している。利用客は3か月前の33.9%まで落ち込んでおり、前年の82.7%にとどまっている。
		企業 動向 関連	良くなっている	—
やや良くなっている	その他非製造業 〔鋼材卸売〕 (役員)		受注量や販売量の動き	・官庁関連で年度末予算消化の需要があったことと、鋼材・銅製品の値上げや原油値上げによるゴム製品、ビニール・プラスチック製品の値上げに伴い、駆け込み需要が重なったため、販売量が一時的に増えている。
変わらない	食料品製造業 (役員)		受注量や販売量の動き	・新規大口案件のスタートと東日本大震災の影響で一時的に販売量が若干増加しているが、ベースの販売量にはほとんど変化がない。
	金属製品製造業 (役員)		受注量や販売量の動き	・受注台数・売上・販売量とも依然として増加傾向にはなく、厳しい状態が続いている。東日本大震災の影響も出てきている。
	建設業（従業員）		受注価格や販売価格の動き	・春先着工予定の建築工事の入札が相次いで行われているが、低価格受注が相変わらず続いており、価格の低さも一向に改善される気配がない。
	輸送業（営業担当）		取引先の様子	・東日本大震災発生により、製紙会社の東北地区3工場が操業不能となったため、当地の工場はフル操業となり、輸送も増加しているが、苫小牧～北関東・東北の輸送航路が寸断しており、輸送に難航している。同じく飼料工場も大きく影響を受けており、道内からの応援輸送が始まっている。鉄道貨物の輸送能力は全体で平常の40%程度に落ちている。
	金融業（企画担当）		それ以外	・住宅投資は住宅エコポイント制度の効果で低水準ながら持ち直している。公共投資は新幹線工事が増加しているが、それ以外は低迷している。東日本大震災の影響は、直接的には観光客が激減しており、漁業被害も大きい。間接的には、自粛ムードもあり、個人消費の落ち込みがみられる。
	司法書士		取引先の様子	・冬期間も終わり、建物の建築や改築が若干上向いている。一方、土地取引については横ばいの状態である。
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）		取引先の様子	・燃料の高値固定、東日本大震災の影響により資材調達に影響が出始めている。
やや悪くなっている	食料品製造業 (団体役員)		それ以外	・東日本大震災による浸水被害が一部みられたほか、観光産業の大きな落ち込み、ホテル・飲食店での海外ツアー客のキャンセルなどが大きな影響を及ぼしている。当地の製造業は稼働しており、一部で震災地の水産食品製造分の受注増加がみられるが、原料の確保や資材調達に影響が出ている。原子力発電所の事故も終息する見込みがなく、風評被害等による影響が懸念される。
	家具製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で首都圏からの受注が落ちている。不要不急な物については買い控えの心理が働いている。	

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
		金属製品製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、本州からの仕事の流れが止まった。材料や工具の仕入れが不安定になったことから、仕事にも遅れが生じている。
		司法書士	取引先の様子	・東日本大震災の影響が大きい。すべてに自粛ムードが広がり、特段に急がないものは先延ばしの状態となっている。不動産取引も同様のムードであり、新規に取引を進める状況にはない。
		その他サービス業 [ソフトウェア開発]（経営者）	取引先の様子	・新しい案件が凍結になっている。
	悪くなっている	広告代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響により、当地では観光産業を中心とする基幹産業の落ち込みが激しくなっている。
		司法書士	取引先の様子	・不動産の売買、建物の新築が相変わらず減少している。
	雇用 関連	良くなっている	—	—
やや良くなっている		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は11.9%増加し、13か月連続で前年を上回った。月間有効求人数は12.2%増加し、13か月連続で前年を上回った。
変わらない		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年比で12%の伸びがみられたものの、ここ3か月の増加率はほぼ横ばいで推移している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・2月に引き続き、3月前半まではある程度好調に推移していたが、東日本大震災後、すぐに状況は悪化した。特に宿泊業や道内外の業務請負業は激減しており、食材や各種部材の仕入れが止まってしまった業界でも一時的に求人がストップしている。また、自粛ムードの影響から、全業種において求人活動の停滞感が否めない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・管内の2月の有効求人倍率が0.45倍と前年を0.09ポイント上回ったものの、低水準で推移している。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・2月の新規求人数は前年を16.6%上回った一方で、新規求職者数は前年を2.5%下回った。月間有効求人倍率は0.51倍となり、前年の0.41倍を0.10ポイント上回ったものの、求職者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから依然として厳しい状況にある。
やや悪くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が増えているが、年度末需要による一過性のものと考えられ、基調としてはやや悪くなっている。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	求人数の動き	・約1年ぶりに募集広告の売上が前年を下回っており、下げ幅は0.7%となっている。東日本大震災の影響による心理的な冷え込みが要因とみられる。
		学校 [大学]（就職担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災に伴い、内定を得た学生の入社待機、取消し等が焦点となっている。道内を本社とする道内企業も当該エリアへの事業を展開しており、地震の被害状況が相当であることが企業との情報交流でうかがえる。さらに、2012年卒業生を対象とする採用時期の先送り等が大学側に示されており、学生の動きが緩慢になることが危惧される。
			人材派遣会社（社員）	求人数の動き

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：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	一般小売店 [雑貨]（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災により、客が地震に備えた商品を買いにきたため、売上は好調に推移している。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災の前は既存店の前年比が計画を上回る数値で推移していた。地震直後は来店客が買いだめに走る購買行動を見せている。

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
	やや良くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・東日本大震災の前は数字も良くなっていた。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災による被害もあって、商品がにわかに動き出している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で品薄ではあるが、まとめ買いというか、必要以上に物を買うような傾向が見られる。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、一時的に消費が伸びている。
変わらない		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後は、繁華街にも身の回り品を求める客がたくさん訪れて列をなしていたが、商品を売りつくすと、補充する手当がないため、客は欲しい商品を求めて歩き回っていた。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客が買占めに回っており、一時的に売上等が良くなっているが、普段の様子はこれまでと変わらない。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響で、水や食料品、紙類、電池など非常用品の販売が異常に伸びた一方、生鮮品は低迷している。物流及び通信の麻痺に加え、燃料不足で景気回復どころではなく、物資不足への不安感からの需要増といえ、利益はないが売上は高い。物資の未入荷及び不足で従業員の出勤もままならないなか、営業時間を短縮しても店舗を開けているだけで客から感謝されており、生活インフラ機能及び客に対して安心感を与えるものとして、小売業の役割を再認識している。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・東日本大震災等により生産、流通及び社会生活の面で不安が続いている。また、当地域は被害が少なく済んだものの、近隣地域は被害が甚大である。取引先の工場倒壊や事務所の被害等のほか、流通経路の寸断による商品のストップやガソリン不足から運送業は休業状態である。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・相変わらず1人も来客のない日があり、売上も上がらない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・エコポイントの終了を前に東日本大震災による大きな影響が出て、低迷に追い討ちを掛けている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3月ということもあり車検は順調に増えているが、東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故のニュースが多く流れているため、客は車を買うのを我慢している雰囲気があり、販売の方は自粛ムードが強まっている。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の被害はないものの、来客数は少なく売上に響いている。客は我慢できる商品は我慢しているようである。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・景気は上向いていたものの、東日本大震災による被害は甚大である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・設備投資には相変わらず消極的である。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災による被害は甚大で、売上や景況についていえる状態にはない。店舗の再生、企業の存続が危ぶまれる状況にある。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の発生以降、来客数が激減し、売上も落ち込んでいる。
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・前半は気温の上昇もあってファッションや雑貨が非常に動いており、東日本大震災発生後は食料品やリビング用品のセールで売上を伸ばしたものの、全体としては売上を大きく落としている。
		スーパー（店長）	それ以外	・東日本大震災による店舗の被害が甚大である。また、地域の客に店頭販売をするなど努力はしているが、物流が回復しておらず、厳しい状況となっている。
		スーパー（店長）	それ以外	・東日本大震災による特需の傾向が見られる。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の前と後では大きく変わっている。地震前は全体的にやや上向き傾向であった。地震後は学生服やスーツ等の目的が明確な商品は動いたものの、し好性の強い商品については動きが鈍くなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災により、東北地方を中心に状況が悪化している。

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
		その他専門店 〔パソコン〕 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で商品不足が続いており、市場の動きは必要最小限にとどまっている。
		高級レストラン (支配人)	それ以外	・東日本大震災により今までのすべてが断ち切られたため、何もないところからのスタートにならざるを得ない。修繕による休館の影響は甚大である。
		一般レストラン (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災の影響で、景気が更に悪くなっている。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・月初めの10日間については多少早目の歓送迎会なども入っていたが、ローシーズンのため来客数はとても少なかった。11日以降は東日本大震災のため休業している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大きい。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・ここ1か月、燃料不足で外出する人が減り、美容室内の暖房も使えないため、営業できない状態である。
		設計事務所(経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響により設備投資がストップしている。
		設計事務所(経営者)	それ以外	・東日本大震災により仕事がすべてストップしている。今は被害調査で忙しい。
		住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・東日本大震災による流通の混乱から材料入手が遅れており、施主、業者、メーカーすべての資金がショートし始めている。
		悪くなっている		商店街(代表者)
商店街(代表者)	来客数の動き			・東日本大震災による直接的な被害がない当地域においても、燃料不足や物資不足、電力不足等により、来街者数が極端に減少している。加えて、必要以外のものを買うのは駄目だというような雰囲気がある。
商店街(代表者)	お客様の様子			・東日本大震災後のガソリン不足から、郊外大型店に向いていた客層が中心商店街に集まり、客足は確保されている。しかし、商品の仕入れが停滞し、食料品は売れているものの、それ以外の販売品が日増しに少なくなっている。
一般小売店〔書籍〕(経営者)	それ以外			・東日本大震災のため、営業店舗稼働率が軒並み3分の1の状態、景気を語るような状況にない。
一般小売店〔酒〕(経営者)	販売量の動き			・たばこが入荷しないため、売る商品がない。
一般小売店〔スポーツ用品〕(経営者)	来客数の動き			・東日本大震災の前は売上が順調で、前年比で15%ほど上回っていたものの、地震後は同20%まで落ち込んでいる。通常であれば、1年で最も活気があり、売上が期待できる時期だが、全く不透明で資金繰りの予想が立たない。
一般小売店〔医薬品〕(経営者)	来客数の動き			・当店は駅前に立地し、鉄道を利用する客が多かったが、東日本大震災の被害で鉄道が止まったままであるため、これらの客は皆無である。また、福島第一原子力発電所の事故に対する恐れもあり、商店街の往来はほとんどなく、日々の売上は震災前の20%にも満たない状況である。
一般小売店〔寝具〕(経営者)	お客様の様子			・東日本大震災により、客の多くも被災している。
百貨店(売場主任)	それ以外			・東日本大震災後、休業日や営業時間の短縮など、悪条件が重なったせいもあるが、来客数が極端に少なく店内が閑散としている。食料品は品不足もあり、客が殺到した時期もあったが、月末は落ち着きを取り戻している。衣料品は入学式用などオケーション対応の商品しか動いていない。
百貨店(企画担当)	それ以外			・東日本大震災で状況が一変している。上旬ごろは営業部門の担当者と同前年より上向きになるだろうとの話をしていたが、東日本大震災後は、地震と津波による被害がどこまで拡大するのか見えない状況となっている。
百貨店(広報担当)	お客様の様子			・東日本大震災後、生活物資のみに販売が集中している。
百貨店(営業担当)	それ以外			・東日本大震災の前は冬物最終処分や春物の動き出しで前年を上回る実績を上げていたが、地震後は営業体制も十分に確保できず、臨時営業の形となっている。顧客も食品を中心に必要最低限の購買にとどまっている。

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
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・品薄の食品は先を争うように売れているが、食品以外、特にアパレルなどファッション関連の商品については壊滅状態である。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・東日本大震災の直後は営業時間を短縮したため来客数も減少したが、時間が経ち少しずつ戻ってきている。すぐには必要でない春物アイテムの単品といったものは売上を大きく落としているが、必要性のある春のオケージョン用のスーツは売上を伸ばしているほか、気温対応のコートなども120%の伸びを見せており、客単価は上昇している。
		百貨店（経営者）	それ以外	・東日本大震災後は食料品等の生活必需品を中心に動いており、春物衣料は気温の低下が影響し厳しい状況である。
		百貨店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、最低限の生活消耗品や毎日の食費にしか人々の消費が回っていない。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で沿岸地区の流通店舗は壊滅状態にある。県内の内陸部についても流通網が復旧していないので、商品が入ってこない状況である。また、ガソリン不足もあり、車での移動が不可能な状態である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・被災地ではないが、東日本大震災以降、客の買いだめ心理がはたらき、来客数、買上点数が増加しており、その反動が一部で見られる。家庭内で相当量の在庫になっている可能性が大きい。
		スーパー（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、商品手配など諸々の問題に燃料問題などが絡み、極めて悪い状況となっている。
		スーパー（販促担当）	それ以外	・東日本大震災による三陸地域への影響が大きく、鮮魚及び水産加工品の再開の目途が全く立たない。また、食品製造工場のダメージも大きく、復旧には相当の時間を要する状況で、景気は悪化している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・出だしは例年並みであったが、東日本大震災後は客の動きがかなり悪くなっている。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で物流が止まっており、たばこやコーヒーといった主要な商品が入ってこない。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災以前の景気は若干上向き傾向であったが、地震後は物資が届かず、届いてもすぐ売切れ状態になるため、現在は10～15時の限られた時間で運営している。たばこの売上は震災前と変わらず、売上の約50%はたばこである。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で物流が停滞している。また、営業時間の短縮を余儀なくされ、売上が激減している。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災により甚大な被害を受けている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きく、景気の良し悪しは判断できかねる状況である。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災による被害が甚大で従業員等の人的被害や店舗建物の物理的被害が大きい。商品供給も滞っており、通常の営業ができる状態にはない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で店舗の商品物量が十分に持たず、営業時間を短縮せざるを得ない。消費者も購買を自粛する傾向が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、ライフラインがとまった影響で数日間の休業を余儀なくされた。休業明けも客の来店はほとんどない。
		衣料品専門店（店長）	それ以外	・東日本大震災後、店舗もかなり破損していたが、3、4日後から、仕上がっている商品や火急な用途のワイシャツや黒いネクタイなどへの問い合わせが多くなったため、営業時間をほぼ半分にし、店内の危険な場所を避けた一部エリアで営業している。日に日に客足は回復しているが、必要に迫られての用途なうえ、開いてよかったという状況なので、店の立て直しは後回しにして客の要望にこたえている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災により買物は自粛ムードで、来客数が減っている。また、目的買いで来店した客に対しても、物流の停滞によって注文にこたえられず、売り逃がってしまうケースもある。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災で、入学や就職によるスーツ需要が激減している。

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
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・東日本大震災発生以来、社員、家族、客の安否確認、被害状況の把握、そして救援活動に非常時体制で取り組んでおり、忙殺されている状況である。社員や会社も甚大な被害を被ったが、被害が軽微な店舗より稼働させ、当番体制をとりながら整備、修理作業に緊急対応させている。地震後は来店客も激減しており、前年3月の40%前後の市場になるのではないかと見込んでいる。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車や部品の供給がストップしている。客の来店も減り、販売は大幅減少となっている。
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・東日本大震災により経済は立て直しようがない状態である。
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で県内では物流のすべてが麻痺しており、新車納車からサービス用品、点検車検に至るまで、すべてのディーラー機能が完全にダウンしている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、販売量がほとんどなくなっている。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の前も前年比で多少の落ち込みはあったが、地震後は不要不急の消費が止まっており、前年比60%まで落ち込んでいる。
		住関連専門店 (経営者)	それ以外	・東日本大震災以降、ガソリンや物資等々の不安から、消費者はそちらの方に動いている。また、ガソリンが供給されず動けない状況で、来客数等すべてが下回っている。
		その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・3月は人や物も動く時期なので大きな期待をしていたが、東日本大震災の影響による人々の混乱から、商売が成り立つような環境ではなくなり、開店休業状態が続いている。飲食店も営業を再開するようになってきたが、再開できない店もまだ多い。
		その他専門店 [食品] (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響により、市内への観光客は激減を乗り越え、皆無に近い状態である。また、物流機能の麻痺により出荷ができず、売上は前年比30%程度である。
		その他専門店 [靴] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の生活そのものが混乱しており、就職先が営業できなくなったり、自宅待機を命じられる人が多くなっている。さらに、自粛ムードが追い討ちをかけている。
		その他専門店 [酒] (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、週明けの14日以降は売上が前年の約半分になっている。各種イベントや飲食会が中止され、絶望的な状況である。また、地元はガソリンや灯油を始めとした物資の不足で四苦八苦している。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・例年であれば年度末で受注が延びるはずであったが、東日本大震災の影響でかなり延期になったり取りやめになったりしている。月末になりやっとガソリンも入ってきたので営業はできるが、運送便の乱れや混乱が続いている。ただ、状況が状況なので、客も無理は言わないところが多い。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	それ以外	・ガソリンスタンドを営業しているが、東日本大震災の影響で商品の供給が綱渡りであるため、営業ができたりできなかったりの状況となっている。また、売上の落ち込みに加え、本来販売時期を迎えているタイヤなどの需要が全くないため、収益に重大な影響が出ることは避けられない。また、物流が止まっているため生活に多大な影響が出ている。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	競争相手の様子	・東日本大震災の影響で市場が混乱しているため物資が届かず、最悪の状態となっている。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災発生以降、すべての客がキャンセルとなっており、4月の予約もほとんど入っていない。収入が全くない状況である。
		一般レストラン (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響でストップ状態であり、経営的に厳しい状況にある。
		一般レストラン (経営者)	それ以外	・東日本大震災により経済活動が止まっているので、プラスの要素がなく、すべてがマイナス要素となっている。

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
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・これまでも悪い状態が続いていたが、東日本大震災によりこれまでが比較的順調だったと思えるほどどん底状態となっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が相当出ている。電気や燃料、食料などすべてが止まっているため皆が危機感を抱いており、なかなか外には出てこない状況である。
		一般レストラン（支配人）	それ以外	・東日本大震災の影響で3月いっぱい営業休止状態である。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で閉店時間が早まっていることと、商品が入ってこないことで、売上が非常に落ち込んでいる。
		観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災により、かなりの被害を受けている。今後のことは白紙の状態、正常営業を再開する日にちが決まっていない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で10日間営業を休止した。その後も、灯油やガソリン、食材が手に入らない状況が続いているため、サービス内容を縮小し、一部の部屋で簡単な食事付きの低価格な宿泊プランの営業を始めたが、客はほとんどない状況である。一部では、復興支援関係者の宿泊需要があるようだが、被災地に近いホテルや旅館の営業開始とともに、客はそちらに移っている。地震発生以降は、売上がほとんどない状況である。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の発生により、個人客、団体客共にキャンセルが続出している。また、福島第一原子力発電所の事故により日本への渡航を自粛する動きが出ており、インバウンドもすべてキャンセルとなっている。
		都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で断水及び食料品の物流が止まっており、当社も客を受け入れられない状態となっている。宿泊は何とかやっているが、歓送迎会を行う雰囲気ではないということもあり、宴会関係はキャンセルが相次いでいる。一番の書き入れ時にこのような地震が起きて、大変苦慮している。
		都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・総合ホテル業だが、宿泊客はなく、普通の宴会は自粛され、婚礼は延期する客が多くなっており、悪い材料ばかりである。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の発生以来、宴会を始め、レストランや宿泊のキャンセルが相次いでいる。さらに、東北地方でも計画停電が実施される可能性があるため、企画イベントは自粛している。
		都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・例年、年度末は送別会を中心に1、2月の低迷分をカバーし、かつ単月黒字の見通しだったが、東日本大震災により一転、危機的状況になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で交通機関等に甚大な影響があり、ホテルで開催予定のイベントのほとんどがキャンセルとなっている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、予約の取り消しが相当数に上っている。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響により、膨大な数の予約取消が発生している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災により未曾有の被害のために、街には客がおらず、ガソリンがなくて車も走らせることができない状況である。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で企業の生産性が低下し、先行き不透明なため、経済的打撃が大きくなっている。物資不足の解消やライフラインが確立されるまで、企業の再建はない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は程度の差はあるものの、ほとんどが厳しい状況である。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で店舗にも被害が発生し、復旧作業と並行して時間を短縮しての営業となっている。また、客の来店目的は、地震の影響による手続きが大半を占めている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・フリーの客は鉄道関係が動いていないためほとんど入込がなく、予約もほぼ100%キャンセルとなっている。

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
		観光名所（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、沿岸部の甚大な被害やガソリン不足による物流機能低下、東北新幹線の一部休止、福島第一原子力発電所の事故による放射線漏れなど数々の問題が起こっており、東北地方へ旅行する機運が盛り上がるような状況にない。
		遊園地（経営者）	それ以外	・東日本大震災による停電、断水で休業しており、再開は4月中旬にずれ込みそうである。施設の被害も斜面の土砂崩れなどが大きく、復旧費用もかさみ、経営への影響が甚大である。
		美容室（経営者）	それ以外	・東日本大震災により店を閉めている。ライフラインがストップしており、湯を使う商売なので商売にならない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で閉店している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の前と後では、燃料不足、原材料不足、消費の低迷、物価の高騰等、経済基盤が全く変わってしまい、被災者のみならず、東北地方全体が生活できるかどうかの危機的状況にある。
企業 動向 関連	良くなっている	—	—	—
		やや良くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き
	変わらない	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域の公共投資増加が引き金となり、民間の小口工事の増加につながっている。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの決算状況や月次状況から判断して、収支状況はやや改善してきている。ただし、同じ赤字でも赤字幅が縮小している状況で、黒字企業が増えているわけではない。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・米の戸別所得補償の変動部分が支給されたものの、米価の下落を補って余りあるとはいえない。
	やや悪くなっている	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新規契約については停滞ぎみであり、既存契約の継続を促すのに精一杯な状況である。
		木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で3月の受注がストップし、影響が出ている。
		土石製品製造販売（従業員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受け、道路が寸断し、燃料不足も重なり仕事にならない。取引先も大きな打撃を受け、どん底の状態である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が出ている。
		建設業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災により通常機能がストップし、地震対応をしている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響から売上減少が続いており、災害対策資金の相談が多い。良い話は何も聞かれず、今後は心配との声が多くなっている。
		悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外
	食料品製造業（経営者）		取引先の様子	・東日本大震災のあおりを受け、新幹線や鉄道は止まり、高速道路も通行止め、ホテルや旅館も被害を受けているなかで、客が来られず、我々お土産業といった業種からすると売上は全く望めない状況である。
	食料品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災で工場が被害を受け、工場、店舗共に停止していたため、売上がない日が続いていた。24日から工場を一部稼働しているものの、閉店している店舗はいまだ多い。
食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き		・東日本大震災による影響で資材が入ってこない。また、生産できても物流が完全復旧していないため輸送できない。	
出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外		・東日本大震災の影響で売上は見込の半分で止まっている。	
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き		・東日本大震災発生以来、工場も2週間以上にわたって全面ストップしている。	
一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き		・自動車部品については、東日本大震災以降、メーカーのラインが停止し、一部の納入がストップしている。	

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
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・大手取引先は被災した地域企業へ具体的な支援をす るところか、納期の確認に終始しており、対応できな い場合は別のところを探すというような気配も見せて いる。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災により、主要荷主数社が津波により壊 滅的被害を受けている。当社も場内の詰め所、事務 所、機械装備等が流出、冠水し、多大なる被害を受け ている。
		通信業（営業担 当）	それ以外	・東日本大震災による被害で、各業種や業態に大きな 影響が出ている。
		広告業協会（役 員）	それ以外	・東日本大震災により、広告主からの出稿停止の要望 が相次いでおり、広告業界は未曾有の危機に立たされ ている。
		広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災及び津波の影響により、得意先の広告 のオーダーがストップ状態である。
		広告代理店（経 営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で広告物の中止や自粛が多数発 生している。印刷物に関しては、用紙の供給が止まり 手に入りにくい状態のため断念している。本来であ れば年度末で書き入れ時であり、相当のダメージを受け ている。
		コピーサービス 業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、景気を語れるような状況に ない。
		その他非製造業 〔飲食料品卸売 業〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災により、沿岸部の小売店は壊滅的な被 害となっており、内陸部の店舗も燃料不足で配送でき ない状況である。飲食店も再開の目途が立たず、今月 の回収ができていない小売店が多数ある。
その他企業〔工 場施設管理〕 （従業員）	取引先の様子	・東日本大震災による被害が取引先の工場に出てい る。また、電力が不足しているため操業を自粛してい る。さらに、関連会社からの部品、材料、薬品類等の 調達に困難を極めており、生産ラインの稼働に影響を 及ぼし、生産性が大きく落ち込んでいる。		
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 （社員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、一時的に損害保険会社での 外部人材ニーズが大きく膨らんでいる。同時に、3月 末で企業都合により終了予定だった契約が延長になる ケースも出ている。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新幹線の延伸開業とデスティネーションキャンペーンへの期待から、東日本大震災前までは宿泊及び観光に動きがあり、マインドは上向いていた。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で引き続き増加しており、 有効求人倍率も上向いている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・前年6月以来、新規求人が前年比で増加を続けてい たが、東日本大震災により雇用状況の先が見えなく なっている。
	変わらない	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比でやや減少し、4か月連続 での減少となっている。
		職業安定所（職 員）	それ以外	・新規求人は4か月連続で増加したものの、新規求職 者は3か月ぶりで増加に転じ、有効求人倍率も低下し ている。また、新卒者の採用意欲も低調である。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人の前年比増加率が足踏み状態であり、有効 求人倍率が低迷している。
	やや悪く なっている	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・やや落ち着いていた休業等の雇用調整の動きが、東 日本大震災の影響でまた出始めている。
		職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で経済状況が悪化しており、学 卒の内定取消や入社時期の繰り下げ等が行われてい る。また、一般求人においても物流の停滞で製造業が 業務停滞しているほか、サービス業も自粛による予約 のキャンセル等で売上が激減している。
	悪く なっている	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・今月から来月にかけては通常の営業活動を休止す る。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・どの企業も従業員の安否確認や事業の被害の確認に 追われており、求人活動をするような状況にない。
人材派遣会社 （社員）		求人数の動き	・東日本大震災の影響により採用計画を延長又は一旦 停止している企業が多い。	
アウトソーシ ング企業（社員）		それ以外	・東日本大震災の影響で仕事はできず、受注も激減し ている。また、受注しても人が不足している状態でど うしようもない。	

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
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災による未曾有の被害で、求人広告を含め、広告対応も全く機能していない。 ・東日本大震災の影響により、経済の動きがほぼストップしている。広告代理店の弊社も今月の売上が前年比で30%落ち込んでいる。 ・東日本大震災による公共交通機関の損壊やガソリン不足などで、景気は底が見えないほど悪くなっている。 ・東日本大震災の影響により、求人取消が多く発生している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	
		職業安定所（職員）	それ以外	

3. 北関東（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	スーパー（経営企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の直後は売上が前年比30%近く伸びたが、反動で後半は客数、売上共に急激に低下してきて、3月期通期では10%ほどの伸びであった。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、物流形態の変更や生産停止、水道の問題等ももろのことが起こり、パニックの中、水、パン、弁当を始め、あれば何でも売れるというような異常な状態であった。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	来客数の動き	・身近なレジャーで時間を過ごせるということがポイントなのか、地震と計画停電がスタートしてから、来客数、売上共に非常に増えて一種の特需になっている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・世間一般的には景気が悪く買い控えをしている感じなので、新学期で新入生の販売が落ちるかと思ったが、想像した以上に良く、昨年とほぼ同じくらいである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・このような災害の時に景気が良いとは言わないと思うが、東日本大震災の翌日から6日間は品物があれば何でもいくらかでも売れた。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響がいろいろ出てきており、商品入荷等多くの問題を抱えているが、来客数についてはやや伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、単品を大量に買っていくという現象がある。売上は前年比100%を超え、客数は95%と、先月とは全く状況が変わっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・当地は被害があまりなかったが、東日本大震災以降、極端に品不足の物が出てきたり、流通が滞ったために駆け込みで需要があるなど、変な伸び方になって、売上としては若干良くなっている。
		家電量販店（店長）	それ以外	・エコポイント対象商品の駆け込み需要で上向きになりかけていたが、11日の東日本大震災の影響で一般営業継続が困難となり、一部仮営業することになっている。仮営業で需要が多いのは、地上デジタル放送に対応したばかりの液晶テレビやオープンレンジ等の被災による買換え等である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・需要期のため、3か月前よりは良くなっているが、東日本大震災のため、落ち込みが始まっている。
変わらない	一般小売店〔家電〕（経営者）	単価の動き	・販売量は伸びているが、単価が下がっているので売上があまり伸びていない。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・売上、来客数、点数共に異常に伸びているが、これは東日本大震災による特需で、一過性のものと思われる。この後は買いためた商品が消費されるまで厳しくなる。	
	スーパー（統括）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、米、カップめん、水、パン、乾電池などの動向は高いが、衣料品は地震以降客の購買意欲が低下している。特にアパレル、貴金属、旅行関係は深刻な状況で、当分の間厳しい状況が続くそうである。	
	乗用車販売店（管理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、一部商品が品不足となっている。また、放射線汚染の影響により周辺での野菜類や乳製品の買い控えが続いている。ガソリン単価が高騰し、生活費を圧迫しつつある。	

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
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・災害があり、通常の販売はマイナスであるが、反面特需的なものもあるので、販売量は同じくらいになっている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・気候変動が激しく、冬物残品の動向は良かったが、春物の動きが弱い状況である。また、東日本大震災により、関東以北の地域消費傾向に変化がある。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・季節柄、転入居時期であるのでこの特需を除外すると、客の動きに大きな変化はない。また、3月11日以降は、東日本大震災、福島第一原子力発電所問題により、計画停電、ガソリン問題、買占め等、経済、消費環境に大きな変化をもたらし、心理的購買抑制の動きがあった。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数、購買単価共にさほど変化がみられない。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	それ以外	・先月までは送別会、大学の総会等は規模を縮小する傾向だったが、東日本大震災による甚大な被害等により中止が続いている。その他計画停電やガソリンの品薄等が景気に与えた影響も大きい。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・年度末締め切りの仕事が多いため、今のところ仕事量はある。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・23年度予定であった工事の補助金交付が未定となり、現在停止している一方、この東日本大震災で社屋の危険性が高まったことから、建て替えを検討したい等、様々なケースが見られる。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・今期最後のイベントを先日行ったが、今一つ受注獲得につながらず、成果が得られなかった。毎月受注の厳しさを感じている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・町内大半の飲食店等では今回の東日本大震災によって宴会等がすべて中止され、大打撃とのことである。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で物資が無くなって買い占めが起こり、スーパー等から必需品が消えた。ガソリンも不足し、車にも乗らなくなっている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の暗いニュースの中で、社会全体の動きが停止してしまっている。徐々に回復の兆しが見えてきているものの、目に見えて必要な物への消費や先行きの不安から発生している買い占めで、エコポイント制度終了を控えても、家電購入へ目は向いてこない。バランスの悪い消費では先行きは厳しい。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の後、非常に客の来店が少なくなっている。客とすれば買い控えは当たり前だと思う。当店でも節電対策をしながら、来た客を大事にしている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災による影響で客数が減っている上、営業時間も若干短くなっているため、その影響もある。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、生産活動や消費が停滞している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、旅館の客が激減し、スキー客や観光客がほとんど来店しなくなった。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災により、あらゆる業種が影響を受けていて、先行きが不安である。
		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か、経済状況に全く動きが無い。計画停電のせいか、客も来店せず非常に大変な状態である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月前半は客の動きが非常に悪く、中盤以降は東日本大震災のために地域で予定されていたイベントや送別会等が自粛され、さらに売上に影響している。
		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がてきめんに出ている。客商売にとってイベントの中止、人員の減少などマイナスなことばかりである。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を受け、予約のキャンセルが相次いでいる。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・少しではあるが回復の兆しが見えていたところに、東日本大震災の影響でキャンセルが多くなり景気も低迷している。

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
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の問題で、キャンセルが相次いでおり、3月だけでもほぼ全部キャンセルとなっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による将来不安から、生活必需品の確保にのみ躍起になっている。灯油は売れるが小口の配送が増える分経費が加算し、配送する車の燃料確保が困難な状況である。
		ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・客が割引率や単価に敏感になっている。
		ゴルフ場（業務担当）	来客数の動き	・東日本大震災後の客の心理的な影響が大きくなっている。
		ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・東日本大震災以来、キャンセルが著しく多く、客が大幅に減っている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による影響で、計画停電が実施されている時間帯は美容院の予約が全く入らず、3月は年で2番目に忙しい月であるが、売上が良くない。また、結婚披露宴等、招待客に東北地方の親戚が多いところはキャンセルが続出している。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で3月11日以降、商業施設とホテルすべてが閉鎖となっており、客が来店しない。利用に関しての問い合わせは非常に多いものの、利用は全くないため、売上も無い状態が続いている。今週に入って、やっと月ごめの車両の入庫許可が出て、若干入庫があった。ビル自体の安全点検が間もなく終わるが、それ以降の復旧を待っている状態なので、悪くなっている。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・新規の仕事の依頼、相談等、仕事につながる話は全く無い。今まで以上に悪くなることは無いと思っていたが、まだまだ景気は悪くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災により、不安が広がり高額な取引を控える傾向がある。ガソリンに始まり物資の供給に不安もあり、福島第一原子力発電所事故の件が落ち着くまでは、近隣県が元に戻るのには困難だろうと予想される。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災以降、展示場来場者が激減し、現場案内会も自粛している。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・観光関連のため、東日本大震災以降客足がぱったり途絶え、春休みは例年稼ぎ時なのだが、売上は前年比7割減少である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・前は年配客が定期的に来店していたが、東日本大震災以来ぱったりと商店街に人影がなくなっている。節電で店が暗く、閉店時間も早く、損壊しているため休業する店も出てきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は心理面ばかりでなく、計画停電という、肌で感じる事となったため、外出や買物を控えてしまっている。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	来客数の動き	・11日に東日本大震災が起り、観光地に客が全く来なくなった。一般の店もそれにつられて悪い状況である。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響がある。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・景気はやや改善している感があったが、東日本大震災及び計画停電の混乱から、必需品以外への消費マインドが低下している。今までとは別の将来不安が景気を後退させている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で不要不急品の買い控えが進んでいる。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により消費マインドの低下が著しい。食料品以外の売上は軒並み大幅減となっている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の後、物流の関係で食料品は商品がそろわない。例えば2リットルの水が入ってきたらすぐ売れてしまう状況で、品ぞろえは出来ておらず、あまり良くない。社会祭事関係での動きは若干はあるが、服飾衣料関係についてはほとんど購買意欲が無い。

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
		スーパー（総務担当）	それ以外	・当地区は東日本大震災の震源地に近く、当店の建物も被害があり、まだ修理が終わらない状態にあるため、完全営業には至っていない。地域でも被害に遭っている住宅が多数あり、食品、日用品以外の商品はしばらく購入を控えようである。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災により物資、品物が入って来ない。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で商品の入荷が無く、客の買い控えもあり、景気が悪くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は大きく、衣料品の買い控えをしている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響かと思うが、衣料品の販売は大変苦勞している。やはり皆食品や雑貨の買いだめに走っているのか、衣料品関係はかなり厳しい状態である。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・東日本大震災があつてから、全く人通りが無い。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災前は客数は減少していたものの、単価が上がっていたため、前年比で売上が10%上がっていたが、地震後は客数もぼったりで、客数は40%、売上は30%減少している。屋根や壁などに被災した客も多く、余震もあるため旅行やイベントもキャンセルするなど、食料品以外は買物どころではないようである。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・11日の東日本大震災を境に、本当に客が出てこなくなっている。地震で買物をする心境ではないのは当然のことだが、それに輪をかけて計画停電があり、これが精神的な不安要素にもなっているようである。やっと4月に向けて景気が上向きかと思っていた矢先にこの状況になって、被災された方には大変申し訳ないが、営業活動ができるか、存続できるかどうか本当に不安である。
		家電量販店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、需給ともに落ち込んでいる。
		家電量販店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響は関東で大きい。直接の被災地ではないが間接的に影響があり、各取引先は東北に営業所が多く、打撃を受けている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の発生と津波の影響、福島第一原子力発電所の今後の動向で変わるが、地域の経済活動が低迷し、当社の営業活動もしくは厳しい状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・3月の頭から地震が起きるまでの間は比較的良かったが、その後、来客数はがた落ちである。展示会をやっても全く客の姿を見ない日がある。このような時期なので、客は車を買う気にならず、全く動きがない。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・平日祝日も含めて来場者数が極端に減っている。要因は東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故だと思うが、当店は観光地に面しているので、ホテル関係の客がほとんどキャンセルとなり、とにかくひどい状況である。
		高級レストラン（店長）	それ以外	・東日本大震災の影響でディナーの予約が大量にキャンセルになり、また、フリーの客も激減している。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響でキャンセルが多数出ている。計画停電の影響がこんなに大きいとは予想していなかった。社会が動かなければ被災地への援助もできないので、自粛し過ぎるのは問題である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今回の東日本大震災や福島第一原子力発電所による被害は当地区でも相当なものがあり、客が半減している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・ここ数年、悪くなる一方だったが、地震から後の半月間はほとんど客が来ない日もある異常な状況で、これが半年も続けば廃業も考えないといけない。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・競争相手の安い販売価格などが響いている。東日本大震災の影響もあつて、とても大変である。

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
		観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、宿泊のキャンセルが相次ぎ、公のイベントも取消となっている。旅行社によるスキーツアーも販売が終了となってしまった。また、多くの外国人でにぎわっていた近隣地域は、震災直後、外国人客がほとんど帰国してしまい、宿泊、観光事業にも多大な影響が出始めている。
		都市型ホテル (支配人)	それ以外	・東日本大震災により、建物に相当な被害を被った。設備も随分やられて、現時点では復興が出来ていない。回収、修理の業者がなかなか来てくれない状況で、再開業がいつになるのか目途が付いていない。
		都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・3月になり歓送迎会等が入ってきて少しずつ上向いてきていたが、東日本大震災で一気に会議や懇親会等がキャンセルとなっている。宿泊関係は連絡がつかず、大混乱で、売上では1億円近く減である。
		都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災のため、今はいろいろ展開を行う時期ではないとのことで、ホテルでも飲食部門でも5割方キャンセルとなっている。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の関係で経済がたがたになっている。
		旅行代理店(副支店長)	それ以外	・東日本大震災前までは前年比100%を越えていたが、地震後周りに旅行に行く様子が見受けられず、キャンセルにより90%まで落ち込んでいる。
		旅行代理店(副支店長)	それ以外	・東日本大震災の影響により、上旬まではある程度好調に推移していた予約がすべて消えた状況である。兵庫県南部地震や新型インフルエンザ以上の未曾有の危機であり、回復の見込みが一切立たない。
		タクシー(経営者)	お客様の様子	・3月12日以降、人の移動が極端に減少したため、前年同月と比べて、13%の減少である。
		通信会社(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響についてメディアでは東北を中心に報道しているが、茨城県も甚大な被害を受けている。工場は生産体制が戻らず、ユーザーからの受注取消、納期や支払の延期等があり、すべてがストップしてしまっている。
		通信会社(販売担当)	それ以外	・東日本大震災による復興の目途が立たないことや、福島第一原子力発電所の復旧目途が立たないことで社会全体に不安感がある。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災の2次的影響や急きょ決定した計画停電の影響によって当地域の旅館が休業するなど、様々な影響から観光客がいなくなっている。
		遊園地(職員)	来客数の動き	・東日本大震災により、レジャー関連施設への出控え傾向がある。
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・3月上旬には前年並みの予約状況だったものが、11日の東日本大震災後、キャンセルが急増し、予約が入らず、売上は激減した。周辺の県外来場者の多いコースはキャンセルが膨大である。
		その他レジャー施設 [アミューズメント](店長)	それ以外	・東日本大震災以降、母体ショッピングセンター全体が復旧工事のため営業を停止したため、約1か月間の休業となり、大打撃となっている。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあり、来客はほとんど無い。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・販売量的に来客数が落ち込んでいる。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・北関東は今まで景気が良くない状況下において、さらにこの東日本大震災のためにますます悪くなったような感じがする。最近では客からの電話も不動産の動きもほとんどない状況である。
		企業 動向 関連	良くなっている	その他製造業 [環境機器] (経営者)
やや良くなっている	輸送用機械器具 製造業(経営者)		取引先の様子	・取引先のうち、自動車関連の2~3社は悪い状況だが、それ以外の7~8社は非常に好調なので、今のところは良い状況である。
変わらない	化学工業(経営者)		受注量や販売量の動き	・計画停電のために工場のリズムが狂って、稼働が悪くなり生産も上がらない。
	窯業・土石製品 製造業(経営者)	取引先の様子	・災害による消費者の買い控え等が懸念され、その影響が取引先販売店舗にも顕著に表れている。	

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
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として悪い状況が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子が分かれば一番いいが、いつも先行き良くなるというだけで、当てにならず、なかなか良い返事がもらえない。
		金属製品製造業（経営者）	それ以外	・当地区では工業団地組合、金属組合全般に渡って被災を免れ、生産も受注も今のところ通常のところが多いが、計画停電で生産が半分以下に低下するなど大変な状況である。特に前日の遅くに変更されるので全く予定が立たず、混乱している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部に部品の入荷が止まり、生産できないところがある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様に、客先の電話システムの生産量の伸びが見られない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災後、小売関連では食料、ガソリン、日用品など、まとめ買いの影響で品物がなくなり売上が落とす店があった反面、影響されない仕入れルートを持つ量販店では、正月を大幅に超える売上を記録したと聞いた。2週間経過して、消費者の落ち着きとともに売上も落ちているようである。今月のチラシ出稿量は震災の影響が大きく75.3%、震災後の半月では前年比60%となっている。
	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響による。
		食料品製造業（製造担当）	それ以外	・原材料、原油価格が高騰し始めており、もう少しで利益分が完全に吸収されてしまう。値上げしたいが、できる状況ではない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・来年度の見積競争で金額が相当落ちてきている。大変厳しい状況である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で生産、納入ができず、今大変不安になっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災とこれに伴う福島第一原子力発電所事故、計画停電や流通インフラ等の問題で当面は下降局面は避けられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月倒産しそうだと言っていた会社はどうみても4月中で駄目になりそうだが、その代わりにメーカーに直接つなげてもらったので、何とか連鎖倒産はなくなった。今は東日本大震災の需要で注文が殺到している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の発生により、特に東北方面、また関東一部の得意先の出荷並びに納品が中止になっている。その反面、災害に対する防災グッズ、ライト、電池、ラジオ、生鮮食品、その他の買占め等もあり、倉庫内の各取引先のストックがなくなるほどの物量が出ている状況で、前年並みの物量は確保しているものの、景気が良いということではなく、危機感からの状況である。また、燃料価格が高騰しており、コスト的にも負担が大きく、利益の確保は難しい状況である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で産業面に様々な影響が及んでおり、経済活動が途絶えてしまっている。
		経営コンサルタント	それ以外	・東日本大震災の影響で一時的に生産と消費が足踏み状態になっている。企業の生産能力や家計の消費性向などの面でファンダメンタルズは変わっていないが、震災という突発的なかく乱要因のために需給関係が異常になっている。
	悪くなっている	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・わずかながら上向きになってきたところへ、東日本大震災の影響で出荷がストップしてしまい、来客数は激減している。
		一般機械器具製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で多くの取引先で甚大な被害が出ており、製品を納入できない状況にある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・大手の親企業2社からの注文はゼロで、休業は約1か月と言われている。

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
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災発生に伴って、自動車の主力メーカーからの受注がすべて停止し、作れど販売できずという状況なので、3月の売上は半減以下と見ている。休業、振り替え休日など、手は打っているが大幅赤字は必定である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月に多少動きが出てきたと思った矢先の東日本大震災で、東北の顧客に商品が送れなかったり、商売が出来ない状態が続いている。地震後の展示会はほとんど集客出来ず、名古屋、大阪、九州も地震の話題で今宝石どころではないといった雰囲気強く、地震以降の商売が大きく落ち込んでいる。
		通信業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後ほとんど受注が無い。
		金融業（役員）	取引先の様子	・11日に発生した東日本大震災による計画停電や放射線の影響で、地域ではビジネスホテルや観光ホテルをはじめ、外食産業などの予約の90%以上がキャンセルとなり、日に日に影響が拡大している。
		不動産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の被害で、2棟あるホテルのうち1棟は設備やサービスがままならない状況であるが、割引でかろうじて運営している。1棟は休業状態となり、売上が予定より相当減額になっている。賃貸、不動産は緊急避難的に賃貸を借りる向きもあるので多少良いが、解約もあるためあまり変わらない状況で、全体的には悪い。
		不動産業（管理担当）	それ以外	・東日本大震災による計画停電の影響で、不慮の事態に備えて人員配置を多くしたため、人件費が増加している。また、急きょ物資を準備しておくことになり、費用がかなり増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災前に受注していた販売促進広告の半分以上がキャンセルになっている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災で建物がすぐに使えず営業再開に時間が掛かったり、燃料不足で企業活動が停滞している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、環境が一変してしまった。取引先は現状復帰に奔走し、正常な活動ができていない。
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	—	—	—
	変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・地域内での就業を対象とする求人は増加傾向であったが、東日本大震災以来、少し停滞気味になっているように感じる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・現時点で確認できる2月の統計上の数値からは、新規受付の求人数が前年同月比36.3%増加し、月間有効求人倍率が0.76と、雇用環境での景気回復の兆しが徐々に現れて来ていたが、今後は、東日本大震災の影響が大きく影を落とすとして来るものと予測される。
		学校〔専門学校〕（副校長）	求職者数の動き	・例年3月に出る欠員補充と思える求人もほとんど出ず、あっても求職者とのミスマッチがある状況で、卒業生全員の就職内定は非常に厳しい。
	やや悪く なっている	求人情報誌制作会社（経営者）	周辺企業の様子	・東日本大震災以後、多くの商業、サービス業、特に広告、観光、旅行業は自粛に伴い売上が激減しているので、雇用する企業は大幅に少ない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・2月の新規求人は、前年同月に比べ増加している。しかし、3月は例年求人が活発になる傾向だが、東日本大震災、計画停電の影響で動きが弱い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災により、製造業を中心として、休業する事業所が増えて来ている。それに伴い、求人を出したにもかかわらず採用を保留したり、求人そのものを保留する事業所も増えて来ているため、やや悪くなっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人は回復基調にあったが、東日本大震災の影響で経営者のマインドが冷え込み始めてきている。一部東北地方から変更する受注も見られるが、全体として大きな力になっていない。
	悪く なっている	人材派遣会社（経営者）	それ以外	・東日本大震災で、仕事のリズムが狂い、出荷、部品関係などのいろいろなバランスが悪くなり、仕事量が減っている。

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
		人材派遣会社 (経営者)	それ以外	・ガソリン価格が予測どおり高騰してきている上、東日本大震災の影響は著しく、食品関係、機械製造に特に影響している。住宅の補修関係は動きが出ているが、これは災害によるもので、依然として厳しい状況で推移している。
		人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・ホテルの清掃、メンテナンス等が主力だが、東日本大震災の影響で休館をしているホテルが多数ある。休館していなくても集客が無く、大変な状況であり、そのあおりで当社も人を出すことができない。
		人材派遣会社 (管理担当)	周辺企業の様子	・東日本大震災により、取引先が被害を受けて受注が止まった企業が多い。
		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故で先行きに大きな不安感がある。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で飲食店などから広告の見合わせが続出している。

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 やや良く なっている	－	－	－
		百貨店（広報担当）	単価の動き	・いまだに地方店は厳しい状況が強いられており、今回の東日本大震災の影響で首都圏店舗も営業時間を短縮しているため、今後の業績は不透明である。ただし、今月は客数は減少傾向が続いているものの、客単価が伸びており、首都圏店舗の大半で前年を上回る売上である。
		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で買い置き需要が急増している。加工食品、米、日配品に集中したが、商品の欠品が多く発生している。月末は需要も収まりつつあるなか、計画停電による営業時間の短縮で売上が落ちている。
		家電量販店（統括）	来客数の動き	・客単価は下がっているが、客数が前年を超え始めている。
		通信会社（営業推進担当）	お客様の様子	・通信サービスの選択において、東日本大震災の影響はあまりない。ひっ迫した経営に関する話をあまり聞かないため、やや良くなっている。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	販売量の動き	・東日本大震災を受けて、買占め等の理由はあるものの、消費動向が加速している。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響がかなり出てくることを心配している。品物が入らず、売物が入ってこない悪循環がどんどん増えており、せっかく良くなりつつある景気も心配である。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	お客様の様子	・3月も寒さが続き売行きは厳しいが、春物の動きが始まっている。値頃品で単価が安く、単品買いが多くなっていて、売上は落ちている。また、東日本大震災で売上が落ちている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・身の回りの経済も低迷しているが、それに輪を掛けたように計画停電等があり、非常に厳しい状態である。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災発生後はお米が1日で10日分ほど売れた日もあったが、それは1週間で収まっている。よく売れても景気が良いとは感じない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で中旬以降、食料品を中心にリビング関連の動きのみが目立つ。また、気温の寒暖で春物の動きが鈍化し、冬物セールの動きがまだある。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、日持ちする商品の買いだめがあり、そういう商品に関しては非常に売行きが良い。ただし、入ってこない商品が結構あるため、非常に難しい。生鮮食品に関してはそんなに良くない。肉は良いが、魚と青果がやはりあまり良くない。

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
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年割れしている客数に加え、単価上昇と点数減で、日々の売上確保がままならない状況が続いている。買い回りをしている客は以前よりも増えている。東日本大震災や計画停電の影響もあり、十分な品ぞろえすらできず、客が欲しがる商品が欠品状態で、支障が生じている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・あくまでも今月は東日本大震災の影響による地震需要だけである。3か月前と比べても景気の動向は、もし地震が無かったとしたら変わらない。今は手放しで喜べる状況ではない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災による客のまとめ買いがあり、その中でも偏りが見られる。落ち着いてからは米やパン等は以前よりも動きが悪く、まとめ買いの逆効果、買い控えが予想される。
		スーパー（仕入担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で商品供給が滞り、牛乳、ヨーグルト、納豆等の高頻度商品が欠品や品切れを起こしている。客は品薄の商品に集中してしまい、他の商品の売行きが徐々に鈍ってきている。
		スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、商品の入荷が極端に少ない。北関東に工場、物流拠点があるメーカーが多く、また近隣の工場も計画停電の影響で生産量が半分以下になっている所が多いためである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客の買い方が変わっている。保存できる物、インスタント食品、とにかくペーパーから電池に至るまで、ある物はすべて売れてしまう。そのため1人当たりの購入数が非常に多く、また、普段見掛けない客も来ていたりする。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災以来、客の動揺が激しく、売上也乱高下が続いている。商品の供給も滞っているが、売行き自体は空になるほど売れているので、何とも言えない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・商品が品薄であるにもかかわらず、倉庫在庫をゼロにするほどの買物が見られる。特にたばこは前年比170%、前月比800%の高い伸びを示している。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、一時的な売上は伸びている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・毎年、低価格化が進んでいるのが現状であり、今年になってからも更に厳しい状態が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・当社は自動車の整備と販売をしているが、整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくなく、前年比2割減となっている。また、販売車はガソリンが上がってしまったため、軽自動車が多くなっている。
		その他専門店 〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後の1週間は客が開店前から列をなして並ぶ光景が見られ、日用品や食品を中心に瞬く間に売ってしまった。そのため、現在の売上は前年比110%と良い。しかしガソリン不足での納品の遅れ、被災地域への商品供給優先、また工場自体が被災して商品が作れない等で、店の商品の品切れが続出している。3週間たった今では、販売は水以外は落ち着いているが、商品の品切れは今も続いている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・例年どおり新入居に伴う加入増が数字に表れているが、解約数の伸びは例年以上である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・集合住宅の空室が多く、転居を含めた解約が多い。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・やっと具体的になった物件も、東日本大震災の関係があったようで、一時中止となっている。なかなか具体的になる先がない状態である。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約60%と、3か月前と変わらず景気は悪い。東日本大震災の影響で客のマインドも落ち込み、その後のガソリン不足や食糧不足等で日々の生活が忙しく、住宅不動産の購入を考える余裕がなくなってしまったようである。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の自粛ムードの影響で、商店街全体の照明や閉店時間、商品の品ぞろえ等が悪くなっている。報道により水や牛乳等の物資に限り長蛇の列を作ってはいるものの、不要不急の商品への購買力は顕著に減少している。

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
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暮れに比べれば悪くなっている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災があるまでは順調に伸びていたが、地震を境にびたりと落ちている。商店街全体が暗く、節電等で店内も暗くて活気がなくなり、売上も落ち込んでいる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲料店での不振が続くなか、さらに計画停電があり、ますます販売も低下している。閉店した店もある。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・緑茶等を飲んでもらうための自動給茶機は年々維持管理ができなくなり、解約等が増えてきている。3月で契約が終了し、お茶屋として景気はあまり良くならない。
		百貨店（計画管理担当）	それ以外	・計画停電等の影響により、営業時間を短くせざるを得ない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後に、やはり客は不要不急の商品は買わないような状況となっており、やや悪くなっている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・3月上旬までは下げ止まり感があったが、東日本大震災以降、どこのGMS（総合小売業）も同様だろうが、食品関係を中心に動いた代わりに衣料品や住居の糸物関係を中心に非常に悪くなってきている。ガソリンが流通し始めた最終週からは、またやや持ち直した感があるが、月間としては厳しい状況になっている。
		スーパー（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で当初は買いだめ等に走るが、落ち着き始めれば景気は減退に向かっていく。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・月初は堅調に推移していたが、東日本大震災以降、商品の供給が一時全く無くなり、現在は辛うじて入荷した商品を買ってもらっている状況である。また、計画停電で販売計画が立たず、客も自粛ムードのせいか必要な物以外手が出ないようである。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災による影響、不要不急な物の買い控えで、やや悪くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ようやく春物が動き出した矢先に東日本大震災で時間が止まったようになってきている。月末になってようやく少し動きが出てきているが、外出が控えめになっているため、なかなか上向きにはならない。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・燃料価格の高騰に伴い、客は行動範囲を狭めている。また、買上点数の減少も見られる。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、身の回り品の購入が多いのか、スーツ等に対する衣服の需要が非常に落ち込み、来客数が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・関東地方は東日本大震災や福島第一原子力発電所の放射線汚染だけにとどまらず、計画停電の影響を強く受けて、購買意欲が低下してきている。早期の対応が必要である。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きい。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・3月下旬で終わるエコカー減税、大型～小型トラックの営業ナンバーに対して行われる低公害車普及促進対策費補助金は、現状77億円の予算を消化しきれないとのことである。補助金をもらってもトラックが買えないということで、景気は段々悪くなっている。また、販売台数についても前年暮れからどんどん落ちており、景気は悪くなっている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・現在は来客数、販売量が減っており、東日本大震災で輪を掛けて減少している。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・新ハードが発売となり、盛り上がっていくかというところで東日本大震災に水を差されている。生活必需品ではないため、節電、節約志向も相まって需要が激減している。一方、海外市場はほぼ前年並みで推移しているため、差し引きでやや悪くなっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・厳しい状況の中だが、徐々にだが客足が戻ってきている感がある。東日本大震災後すぐは外食自粛、早い時間の帰宅であった。

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
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災により、ネットはかろうじて計画達成したものの、1～2週間分のテレビ、電話獲得がショートしている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災と計画停電の影響で、サービスの加入を検討していた客からのキャンセルが増えている。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災による計画停電の影響で、販売店の営業時間が短縮となっており、販売量が2～3割程度減少している。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客のマインドが購買意欲を低下させている。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・元々この時期は転居が多く、解約が先行する傾向にあるが、その中で東日本大震災が発生し、ますます生活防衛を考える人が多くなったようで、転入者の加入が少ない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災に加え、地上デジタル放送対策が終わった世帯も多く、契約数は減少傾向にある。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災以降、悪化が始まっている。
		その他レジャー施設 [ホール]（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で公演中止が多発している。当施設も影響を受けている。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の関係で観光バスの受注が8割方キャンセルになっており、今月の売上は相当の減少が見込まれている。今後受注見込みがどうなるのか、非常に不安な状態である。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・東日本大震災で、すべての建材の動きが鈍くなっている。特に港湾関係は手に入らない。材料不足や景気動向が、建築を鈍らせている。少し良くなりかけた景気がこの地震から急激に悪くなったように感じられ、様子を見ているようでもある。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が激減しているなか、更に低価格競争が加速しているのが現状である。仕事がないので、景気が良くなるはずがない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でマンション工事が通常どおり行えない状況である。また、顧客マインド復活まで時間が掛かる見込みである。
		その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・計画停電の影響もあって納期が遅れることから、受注量が落ち込んでいる。
	悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響がひどい。節電で昼間の店が早く閉まるため、夜のお店につながらない。また、この混乱のなか、追い討ちを掛けるように近隣に大型ショッピングセンターがオープンし、春休み景気が一気に吹っ飛んでいる感じである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災により、それ以後の状況は大変悲惨になっている。計画停電が始まってからは特に客が店に来ることが極端に少なくなり、店の前を通行する客も通常の10分の1程度である。なおかつ、最近復活したが鉄道が動かないという原因が一番大きいようである。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、計画停電等があってもすっかり営業できず、来客も放射線の影響等で少なくなっている。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	来客数の動き	・例年、3月決算で今月は良く売れる月のはずが、東日本大震災の後、広告を出しても客の反応も鈍く、売上が落ちている。
		一般小売店 [家具]（経営者）	来客数の動き	・3月は本来であれば年度末ということで来客数が多くなるが、今年に限っては本当に、来客数が非常に少ない。特に震災後は、客が1日に1～2人という状況である。
		一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・イベント、行事の中止と、東日本大震災後、生活物資以外の需要が無く、難しい状況である。
		一般小売店 [食料雑貨]（経営者）	来客数の動き	・計画停電により通常営業ができない。はっきりとした営業時間を客に伝えることもできず、来客数が大きく減っている。

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
		一般小売店 〔靴・履物〕 (店長)	来客数の動き	・計画停電の地区に入っているため、他と同様に客が来ない。また、客が買うのは必要な物や緊急の物のみで、それらにしか目がなく、全くひどい状態である。
		一般小売店 〔茶〕 (営業担当)	販売量の動き	・計画停電が進物需要の多いお彼岸の時期に重なり、売上が大きく減少している。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	それ以外	・文具事務用品業界にとって最大の、最需要期である月だが、東日本大震災の影響が多岐である。店頭は物流が動かない、停電で営業ができない等といった形である。外商関係は、決まっていた案件もすべてキャンセルもしくはペンディングとなり、納品物が被災して納められないため売上が立てられない。
		百貨店 (総務担当)	それ以外	・東日本大震災以来、大変なことになっており、良い悪いの一言では片付けられない。当社のスーパーは停電特需で売上が上がっているが、短期的なものであると思う。軽飲食部門は停電のために細切れ営業で売上が減少しており、目先のことしか考えられていない。テナント業の賃貸部分も細切れ営業で、家賃の減免を余儀なくされているのが実情である。
		百貨店 (総務担当)	来客数の動き	・大手電力会社の計画停電により、昼間の時間帯でも閉店せざるを得ない状況が続いている。
		百貨店 (総務担当)	それ以外	・計画停電の影響で営業時間の短縮を余儀なくされており、売上減につながっている。また、このような状況下では致し方ないが、消費マインドの冷え込みにより食料品関係や防災関係、生活用品については好調だが、主力である衣料品や高額商品 (美術、宝飾など) は大変苦戦を強いられている。この結果、売上、利益等すべての面で厳しい状況である。
		百貨店 (総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で営業時間短縮など節電に取り組んでいるなか、来客数は78.8%、売上は75%前後となっている。主力の衣料品は70%前後と低迷している。
		百貨店 (広報担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で、経済活動の環境が激変している。生産、物流、販売環境等すべてが悪化している。特に電気事情については、改善の望みは薄い。小売業においてもその影響は多大で、被災地ではないにもかかわらず、商品の入荷遅れ、欠品、節電協力による営業時間短縮など、その影響は計り知れない。今後もその対策は困難を極める。
		百貨店 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響により、売上は大きく落ち込んでいる。11日以降月末までで、食料品を除くと前年比60%と厳しい状況である。食料品については計画停電及び節電対策としての営業時間短縮により、前年比75%となっている。地震による一時的な買い占め等も発生しており、供給が満たされない状況も発生している。
		百貨店 (営業担当)	それ以外	・前半は順調に推移していたが、東日本大震災直後は交通機関の乱れや計画停電による営業時間短縮で、来客数が大幅に減った。また、全国的な自粛ムードの中で催物の中止や生活必需品以外の売上の大きな落ち込みが続いている。
		百貨店 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災による影響で、消費者の意識が一変してしまっている。加えて、計画停電による営業時間短縮がある。
		百貨店 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響が大きい。買い控えや営業時間の短縮、顧客心理の変化など、直接影響している。
		百貨店 (販売促進担当)	お客様の様子	・第3週から、特に月末の土日については、着実に売上が戻り始めているものの、東日本大震災直後は壊滅的な売上であった。また、14日の初回の計画停電時は大混乱で、こちらも壊滅的な状況である。
		百貨店 (販売促進担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で来客の購買目的、内容が変わったことは言うまでもなく、今後も福島第一原子力発電所状況によって更に生活防衛へ向かうものと危惧している。ただし、3連休以降の来客数や客単価、購買内容は地震前に想定していたシーズン予測に戻ってきているので、今後も提案の仕方含め、シーズン必須商材に加えて、地震後に必要とされる商材確保に努めたい。

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
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・東日本大震災や計画停電、福島第一原子力発電所の影響により、不要不急の需要が減っている。
		百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客の消費マインドの悪化や節電、計画停電の影響による営業時間の短縮などにより、売上が大幅に落ち込んでいる。
		百貨店（副店長）	それ以外	・ファッション関係の消費マインドの低下とともに、節電による営業時間短縮や計画停電による営業休止等の影響が大きい。
		百貨店（予実算担当）	販売量の動き	・東日本大震災による消費マインドへの衝撃は、不要不急商品の購入抑制につながっている。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災によって、客が食品以外の商品に関して買うという行為を控えている印象である。また、計画停電の関係で改善できているとはいえ、交通機関に弊害が出ているため、悪くなっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、来客数及び売上が全体に厳しい状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・3か月前比で35～40%の売上減となっている。計画停電や東日本大震災によって食パン関係の製造ラインが壊れてしまい、全く見通しが付かない。また、お米の関係でも、もう炊飯ができないということで、すべてが存続の危機を迎えているような状態になっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今は非常事態なので、上向きも何もない。現状、当店では売上が120%増だが、計画停電等があり、商品が滞っている。このままだと非常に大変なことになる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、計画停電などで婦人アウターの購買意欲が全くなくなっている。ここまで影響が出るのかというくらい、良くない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数同様、販売量の動きも落ちている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災は、過去にないくらい大きい。日用品、食料品等の当座必要な生活物資の買いだめが話題になるほどで、衣料品に関心が全くない。また、春物に切り替えたが気温の低い日が続いたこともあり、売上が低迷している。節電により、営業時間短縮や店内の照明の暗さも売上に影響したことは否めない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・11日以降全く売れなくなっている。東日本大震災も影響しているが、天候も気温が低く、ダブルパンチで苦戦している。ただ、商店街の中でも生活必需品の店舗は売れているようである。洋服を購入する雰囲気は現状、客の思考的にも無く、早く前に進めるような明るいニュースが欲しい毎日である。
		衣料品専門店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災で生活用品の買占めが多くなり、アパレル商品は全然売れない。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災時、当地域も震度5強と強く、その日は4時で閉店、その後2日間休業した。停電のため短縮営業をしているが、衣類は全く売れる気配がなく、食料品とガソリンのみを人々が求めているという感じである。売上也10分の1になってしまい、修復は不可能で、このまま続くのであれば経営も危ない状況である。
		家電量販店（営業統括）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、首都圏の消費活動が一斉に停滞している。新生活関連需要、決算期末需要などが一斉に冷え込んで、大変厳しい状況に追い込まれている。不要不急の消費を抑える世論が、小売、サービス業の業績を著しく悪化させている。節電や復旧支援を理由に一般的な消費活動も停滞させるような自粛は、経済に悪影響しかない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、客の心理で購買意欲が低下しており、新規客が減少している。当社の新車駐車場が地震で故障し、多大な損害がある。大手工場も停止し、納期遅れや新型車の発表も遅れ、客が不安に思っている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・当初、東日本大震災発生までの受注は前年比80%で推移していたが、地震後は工場の破壊及び部品調達が不可能になったことにより、50%を切ってしまう。当然のことであるが、世間の動きとしても、車の購入意思が薄らいでしまっている。

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
		乗用車販売店 (渉外担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で、悪くなっている。
		乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・東日本大震災以降、売上可能台数のうち13日までに出荷した車は339台で、それ以降、工場が非稼働になっている。これまでの販売状況は地震後に大きく減少し、今後の回復が不透明な状況である。
		その他専門店 [雑貨] (従業員)	それ以外	・東日本大震災の影響で店の営業時間が大幅に減り、売上も相当落ちてしまっている。
		その他小売 [雑貨卸] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の発生以降、急激な景況感の下落がある。
		その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・東日本大震災後の計画停電で、休業や営業短縮を余儀なくされており、客数は約30%強落ち込んでいる。
		その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・東日本大震災の被害で市場はすっかりおかしくなってしまっている。電気やガソリンの安定供給と福島第一原子力発電所事故の解決がなければ、恐らく飲食関係の業者の多くが破たんする。
		高級レストラン (店長)	お客様の様子	・当然のことながら、電話問い合わせ等で、今まで以上に慎重になっている。
		高級レストラン (支配人)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、自粛の会合が続出している。直接地震と関係のない会合でも中止又は延期の状態である。この自粛ムードは如何ともし難い。2月までは比較的順調に推移してきただけに、残念である。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前月2月24日までの結果では、前年比で客数が99.1%、売上98.1%である。今月は3月24日現在で客数は81.4%、売上は81.0%である。
		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で、宴会、予約等すべてキャンセルである。また、停電や計画停電等で丸っきり客が来ない。最悪である。
		一般レストラン (経営者)	それ以外	・やはり東日本大震災が影響している。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3月は東日本大震災で、すべての予約がキャンセルとなっている。ケータリングもほとんどがキャンセルとなり、売上は例年の月の5割落ちぐらいになっている。
		一般レストラン (店長)	それ以外	・来客数、販売量、客の様子、競争相手の様子、すべてにおいて、東日本大震災前までは上向きかかっていたが、地震後はめっちゃくちゃである。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・この未曾有の東日本大震災で全く客が来なかったが、やっと25日ごろから80%は来ており、有り難い。こちらが一生懸命にやらないと回って行かなくなっていくと思うが、やっと80%だが、来客はある。
		スナック (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響である。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、全く客が途絶えている。この先続けていけるかどうか、全く壊滅的な打撃を受けた状況にある。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・東日本大震災の影響での自粛と計画停電により、販売量が激減している。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災による自粛、放射線、計画停電によって、宴会のキャンセル、先の予定が入って来ない。最悪の状態である。
		都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響で、当面は落ち込む。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災による披露宴、企業のパーティ、職場の歓送迎会、レストランの個人客の予約、宿泊予約すべてに取消が発生して、更に計画停電で外出を控えていると考えられる。計画停電の無い土曜、日曜はレストランに人が戻る。宴会場の3月の企業のパーティはすべてキャンセルになり、客室は5割を切る稼働である。
		都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災の影響で、披露宴のキャンセルが続出している。非常に厳しい状態で、かなりの売上減である。
		旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災のために、全く来客がない。悲惨な状況である。

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
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災によりキャンセルが相次ぎ、先の見通しも立たない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災以降、国内の団体旅行をはじめ多くの予約キャンセルの電話が相次いでいる。掛かってくる電話は、ほとんどがキャンセルの内容ばかりである。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災後の福島第一原子力発電所の影響で、顧客が激減している。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・東日本大震災が発生した関係で、3月11日以降のほぼすべての団体又は個人の旅行がキャンセルや無期限の延期になっている。ツアーもほとんどが設定を中止したので、今月の地震以降は、言葉は不適切であるがほぼ壊滅で、仕事が無くなっている。これは過去に類を見ない影響と非常に驚いているし、影響力が強い。旅行業界にとっては甚大な被害、影響が出ている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は東日本大震災と福島第一原子力発電所の問題で最悪である。50年この商売をやっているが、今までこんな落ち込みは見たことがない。今月は今までで最悪である。早くこの問題が片付かないと、この状況が長引くのではないかと。
		タクシー運転手	それ以外	・まず第一声として悲鳴であり、街中は夜間節電で真っ暗、デパート商店は営業時間短縮、サラリーマンは即帰宅、タクシー利用客は激減と、これではタクシーは必要なく、営業にならない。世の中お先真っ暗だ、未曾有とか余儀無くとかいう言葉が使われているが、今回の東日本大震災被害地だけでなく、全く我々にも当てはまることである。タクシー界も深刻な打撃を受けているのが現況である。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・3月上旬は若干だが人の動きが出てきたように思えたが、東日本大震災後は繁華街から人影が無くなっている。さらに計画停電の影響からか、利用客が明るい内に動く傾向になり、夜、特に深夜の利用客は激減している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・やはり東日本大震災の関係が、かなりの影響を及ぼしている。
		遊園地（職員）	それ以外	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所問題による影響で、悪くなっている。
		ゴルフ練習場（従業員）	それ以外	・東日本大震災後の計画停電等で、営業時間短縮や休業を余儀なくされている点もあり、売上、来客数ともに落ちている。付帯するレストランの謝恩会のパーティーや大きな歓送迎会等もほとんどがキャンセルになり、やや影響を受けている。
		ゴルフ場（従業員）	それ以外	・東日本大震災の発生により、景気はさらに悪化する。今は我慢、そして頑張りである。
		ゴルフ場（支配人）	それ以外	・東日本大震災発生以降、2週間は営業を自粛していた。再開はしてみたが、計画停電によりトイレ、浴場等の利用ができず、また、スタート時間制限の中での営業のため、ほとんどキャンセルが出ている状態である。
		パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災から営業時間の短縮、その他、やはりこういう状況なのでレジャー産業を控えようということもあると思う。ちょっと遊びに行く気分じゃないということもあり、当店を含め競争相手もすべて、客数が減っている。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	それ以外	・東日本大震災の影響が影を落としている。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	それ以外	・東日本大震災の発生と、その後の福島福島第一原子力発電所、電力問題などにより、プロスポーツ関連の商品、サービスは大きな逆風状態にある。なかでも個別の民間企業の活動が悪影響を受けており、状況は最悪に近い。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方からの客数が伸びなくなっている。
		その他サービス [立体駐車場]（経営者）	来客数の動き	・ガソリン不足や停電、大型店の営業時間短縮など、東日本大震災の影響で悪くなっている。

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
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・耐震診断の話はちらほら流れてはいるが、多少入ってきていた情報もこの東日本大震災で動かなくなり、リフォームの予定も見合わせとなっている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパ業と総合建設業だが、東日本大震災までは価格が低い物と住宅は売行きが良かった。しかし、地震以降は客の気持ちが落ちてしまっているようで、全く来客が無い。地震の被害を受けた人々のことを考えてあらゆる行事を中止しているが、経済活動を中止して世の中の景気を悪くしては、救済をすることができなくなってしまう。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の関係で資材の納入が遅れており、今月の売上に大きく影響が出ている。また、受注については福島第一原子力発電所やユーザーの収入等で不安が先行し、既契約の解約や商談中止が出始めている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災のため、住宅を考えることに慎重になっている。
企業動向関連	良くなっている やや良くなっている	—	—	—
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末による取引先の決算対策や、新学期を控えた臨時的納品業務がある。また、新たに大型店舗が納品先に加わったこともあって、取扱量が増加している。
	変わらない	金融業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・会社の製造業関係の受注が増えていた。ただし、東日本大震災の影響で現状、見えなくなっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・計画停電と紙不足により仕事の受注もできず、困難な状況である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受け、当地域でも計画停電をしているが、その影響で停電ではない時間も客が少なかったり、法人関係が若干落ち込んでいる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅関連部品の受注は横ばい、医療容器は若干増えたが、化粧品容器の受注が年度末棚卸しの影響もあって減少したため、売上に大きな変動はない。それでも前年同期に比べると機械の稼働率は2割ほど上がっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けて後半は受注が減るかと思ったが、それほど減らなかったため、変わりはない。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・年度末なのにいつもと変わらない。東日本大震災で得意先の機械が使えなくなり、一時的に仕事が少し増したが、3週間くらいで元に戻るとのことで、いつもとあまり変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の結果はまだ分からず、この結果次第では大分変わると思うが、今の所はほとんど同じである。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月の在庫調整で、ほぼ前月と同じか下回っている。東日本大震災後の影響が出始めている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・付き合いのある業者は本当に景気が少しと言っているなか、東日本大震災があり、皆顔色が悪く、今年はどうなるのだろうという話ばかりである。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・得意先とも少し話をしたが、東日本大震災で、これから相当冷え込むことを前提に、何か方法を考えなければならない。ただ、今は被災地、あるいは日本の国が元に復旧できるようなことを、それぞれの立場立場で努力するしかない。
		建設業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新規の仕事がない。わずかにあっても安すぎて、怖くて受注できない。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災直後から10日ほど、東北地方向けスポット需要が急増したが、以降は逆に沈静化している。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べるとほぼ横ばいだが、水準自体は悪くない。
不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィスの空室率がなかなか改善されないなか、徐々にではあるが新規テナントからの入居申込みが出てきて、明るさが見え始めた矢先に東日本大震災が起こった。その影響で入居を先延ばしにしたいという申し入れが出るなど、厳しい状況が相変わらず続いている。		

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	
やや悪くなっている		経営コンサルタント	取引先の様子	・リーマンショックのすぐ後よりは回復している。当地の商工会議所の2月会員調査では、413社の内47.9%が売上が前年より減少、29.3%が横ばい、21.5%が増加である。	
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	取引先の様子	・売上は前年同期比で20%程度の落ち込みが見られる。東日本大震災の影響で、顧客取引先の稼働率の落ち込みや原材料の品薄、配送への悪影響が原因である。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・多少の新規受注もあったが、既存契約の解約もあり、差し引き変わらない。	
			食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・品切れや値上げがある。
			出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で多くの会議、講演会等の予定がすべて変更や中止となり、それに伴った資料等の印刷が無くなり、売上が大きく減少している。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・下請の印刷が主な同業他社から、印刷物の更なる減少で自主廃業すると連絡があった。
			金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により生産を一時的に止めているため、今後その影響が我々協力企業にどのように出てくるかが分からない。東北方面の得意先は福島第一原子力発電所の影響で、また、部品がそろわないために東北外の得意先も止まっている。
			輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災による生産中止が続き、注文が減っており、いつまで続くか分からない。また、電力事情で生産性は大幅に落ちており、大変なことになっている。
			建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、株価の下落等の不安要素により、現在、設備投資の話が中断している。
			輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・今月は期末だったので、中旬ぐらいから出荷量が通常の4～5割ほど増えたが、東日本大震災で荷量が減少気味である。最終週に入り増えたが、全体としては通常月ほどの売上になる。
			金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の建設業は、原材料を作っているのは東北地方が多いため、東日本大震災の関係で材料が入らず、営業に支障を来している。自動車関係は生産中止という形が取られているので、その下請等は仕事がない。その他の製造業では、計画停電の関係で電力不足のため、生産が大分落ち込んでいる。
			金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・東日本大震災の関係で、動くものも動けない状況がある。計画停電で売上に直結するダメージを受けた取引先が数多くある。
その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響により公営競技が中止となり、3割ほどの売上減となる見込みである。			
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響でやや悪くなっている。			
悪くなっている		食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・電車が動かないため、客が来ない。酒屋なので、お酒は宴会等が全部中止になっているため、大変打撃を受けている。	
		繊維工業（従業員）	それ以外	・東日本大震災で、工場が無くなった組合員や行方不明者が出ている。さらにガソリンや水が全くなく、工場が動かさなかったり、外国人従業員の帰国により工場が動かなくなったりしている。そういったところに放射線汚染問題等で、今後どうなるか分からない状況にある。	
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が非常に大きくなっている。クライアントの広告自粛が一番の要因だが、印刷用紙の調達も現状厳しく、受注すらままならない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・メーカーの生産ラインが止まっているため、自動車関係だけやっている当社では様子がよく分からない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、新規の受注が完全に止まっている。今、工場で生産している物は今までに受注していた残りで、これらが無くなると工場の操業が止まる。前年に比べて3割落ち込んでいる。	

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
		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を受け、業界の動きが全く落ち込んでいる。当分上向き状況にはならないので、耐えていくしかない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、悪くなっている。
		建設業（経営者）	それ以外	・東日本大震災のため、物が入らない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により計画案件も中断になっている。材料も工場関係が被災していることと、どうしても被災地優先になってしまうので、途中の工事も中断気味である。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、その地域の工場が被災して部品供給が滞っているため、当地域での工場生産も思うように進まず、大変苦労している。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先によると、発注元が東日本大震災で全滅しているため、品物が当分動くことはないということである。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・通常の出荷量が少ない状況で、東日本大震災の影響で緊急出荷のみとなり、待機状態である。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で工場が流出して生産がストップしたり、飲食店で売上が8割減少したり、予約のキャンセル等がある。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・飲食業は東日本大震災以降、売上がほとんどない日々が続いている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は広告代理業なので、東日本大震災、それに尽きる。テレビや新聞を見れば、広告の大幅休止は明らかで、言わずもがなである。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、イベントがほとんど中止である。
		広告代理店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で先行きが不透明である。現状も、既決のイベントや広告が相次いでキャンセルとなっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災の影響、並びにその後のガソリン等の物資不足、計画停電による操業停止、納品の遅れ、生産調整などが響いている。一部食料品小売では売上が伸びたものの、一時的なものにとどまっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災が、県内の中小企業経営を直撃している。製造業では計画停電の影響で工程が中断し、効率が落ちており、電力需要の多くなる夏場の対応が想定できない状況である。商業サービス業では消費の自粛が響き、地震前より30～50%売上が落ちている。特に、事業所数の多いサービス業系で影響が大きい。
		社会保険労務士	取引先の様子	・東北地方に拠点があった事業所や、東北が売上の大勢を占めている取引先等については、かなり厳しい状況だと聞いている。
		税理士	取引先の様子	・顧問先の中古書籍やCDを売っている小売業は、不景気なので中古品は良いと思うのだが、どんどん売上が落ちて来ている。東日本大震災もあって特にひどいが、それに限らず落ち込みが大きい。1店舗閉めたので、大分景気が悪いようである。
		税理士	取引先の様子	・言うまでもなく東日本大震災の影響である。計画停電で飲食店、衣料品、美容室、イベント企画等の自粛や、停電時の閉店などで経営はかなり悪化している。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、研修会やイベント等の撮影がすべてキャンセルになっている。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、取引の仕事関係がほとんどキャンセル、自粛の雰囲気である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の発生により、東北地方を中心に広い範囲で通信は元より、道路、水道、電気といったライフラインの途絶が発生している。会社としてこのライフラインの一角である通信インフラの復旧を最優先に対応しているため、受注量が大きく減少している。

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
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 (支店長)	求人数の動き	・東日本大震災の影響により、損害保険会社から地震対応の人材派遣の要請がある。例年なら契約終了が開始を上回る時期であるが、今年は逆の現象である。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は堅調で、雇用も非正規雇用を中心に伸びている。東日本大震災復興の影響次第だが、インフラを整えれば次に必要なのは職である。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・今月は予想していたよりも落ち込みが少ない。かなりの範囲で期間限定の求人募集の注文があり、その分で思っていたより落ち込まず、逆に3か月前や前月よりも増えている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・一般、パートの求人数が増加している。
	変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は回復傾向にあるが、採用者数と比例して増加しているというわけではない。そのため、雇用景気が回復しているとはまだ言い切れない。
		人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・東日本大震災等の影響で、3月度の売上が2～3%落ちている。さらに企業側の業務繁忙による臨時派遣依頼が増えてきているが、元々年間でも一番多い契約終了数をカバーできてはいない。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	採用者数の動き	・東日本大震災の影響で、2012新卒採用のスケジュールが2か月ほど後ろにずれ込む見通しである。一時的に就職戦線が長期化すれば、採用予算の多少の出入りが予想されるが、大枠が増えるわけではない。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・製造業のうち零細な事業所を中心に雇用調整助成金の申請は多い状況が続いているが、受注量の増加から利用件数が3か月前と比べて15%程度減少している。一方、東日本大震災の影響により、自動車関連部品メーカー等から雇用調整の相談が複数寄せられている。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・日々訪れる相談者数は3か月前と変わらず、また、訓練の相談も同様に大人数である。
	やや悪く なっている	民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・当社のクライアントの多くは自動車関係のメーカーだが、東日本大震災の後なので余計に将来に対する不安感が出ているようである。地震の少し前までは、今期は非常に良い、日本の経済も安定して少しずつ上向くのではないかという感じで、求人引き合いもあったが、現時点では非常に先が見えない。過去にあったよりも深刻な状態である。特に東北関係の企業等もあり、そういった意味でこれからどうなるかはまだ予測を許さない。
		学校〔短期大 学〕(就職担 当)	求人数の動き	・23年度の求人票が前年度より少ない。前年以上に厳しい就職活動になることが予想される。
	悪く なっている	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・東日本大震災の影響で、企業活動は非常に落ちている。福島第一原子力発電所の問題、計画停電の問題、燃料の高騰等で満足に企業活動ができないという客が多い。今後も半年くらいはこのような状況ではないかと予測が付き、求人どころではないという感じである。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・景気が上向いており決算が期待されたが、東日本大震災直後より影響が出始め、業績が悪化している。
		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・首都圏では節電、計画停電に気を配りながらも通常業務に戻ってきているが、東日本大震災の影響により、職場の状況等で働けないスタッフが多数いる。
求人情報誌製作 会社(営業担 当)		それ以外	・やはり東日本大震災の影響があり、3月末での取引社数が減っている。	
求人情報誌製作 会社(広報担 当)		求人数の動き	・元々、雇用は大氷河期だったところに、東日本大震災や計画停電が追い打ちを掛け、企業が採用を一気に凍結してきている。特に中途採用は急に冷え込んでいる。	

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
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・2月は新規求職者数が8.4%の減少、新規求人数が8.7%の増加となり、有効求人倍率が前月比で0.07ポイント上昇し、雇用情勢の改善が見えてきたが、東日本大震災の影響で求人数が減少に転じている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東日本大震災による今後の影響が見えないため、求人も求職者もいずれも減少傾向である。新しく登録する求職者は通常の7割程度であり、新しい求人に関しても同様かつ現在活動中の求人のペンディング意向も強い。

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をと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、全体の売上がけん引している。また、東日本大震災の影響で、電池、水、カップ麺、栄養保存食等に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、今年の子供は多くなっている。
		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

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
		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、食料品や水を買いたい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。

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
		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、当地域では配送等が遅れ、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。

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
		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ぬぐい切れず、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、予算目標や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。

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
		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。今は来店すらな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。

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
		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	・景気の良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、生産量はバ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	・主要な顧問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。	

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
		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	食料品製造業（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。

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
		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、東日本大震災が起これば、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お盛である。
		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、求人意欲はおお盛である。
		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。採用意欲がおお盛な業界も見当たらない。	

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
		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、徐々に始まってきている。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いため、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。地元の大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。

6. 北陸 (地域別調査機関: (財)北陸経済研究所)

(一: 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	通信会社 (営業担当)	乗客数の動き	・スマートフォンが好調である。新規需要が大幅に増えた上に、その家族も一緒に購入をしていくため販売台数が増えている。また、すでにスマートフォンを持つユーザーも2台目として持つ傾向があるため前年比110%以上を販売できた。
		コンビニ (経営者)	販売量の動き	・12月に売上が前年比100%を超え、以降110%前後で推移していたが、前々年の実績までには届かなかった。しかし、今月は東日本大震災の特需もあり、前々年の実績を超えた。
	やや良くなっている	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・家電エコポイント制度終了を控え、駆け込み需要が見られた。
		その他専門店 [医薬品] (営業担当)	販売量の動き	・売上が3か月前と比べると5%、1年前と比べると10%それぞれ伸びており、回復の兆しがある。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約件数が全体的に増えている。東日本大震災の影響もあつてか、月後半からの客の動きは鈍く、新規に動く客は減っているものの、契約数は前年と比較して1割強増えている。
変わらない	一般小売店 [精肉] (店長)	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、買い控えが見られる一方、特需も見られる。	

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
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあり、客の買ひだめは多く見られた。購買余力はあるのだが必要のないときには買わない傾向が浸透している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で一時的に売上は上がるが、製造、生産ができないことにより相場が上がってしまい、結果的に余分なものを買わなくなり売上減になる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価は上昇しているが、来客数は微減のまま推移している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災発生前は、景気が上向いているとは言えないものの、非常に落ち着いて静かな状況であった。地震発生後は、現在のところ来客数に変化は見られない。
		衣料品専門店（総括）	販売量の動き	・本当に必要でない物は買わない傾向が強い。新生活のための商品についても、ついで買いなどは行わないといった雰囲気がある。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災発生後、自社の販売促進を抑えたりマスコミ報道が地震関連に集中したため、家電エコポイント制度終了月にもかかわらずほとんど目立たなくなってしまった。販売金額としては前年をかなり割り込んだが悲観すべき結果ではない。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・エコカー補助金終了後のような極端な受注減がなくなりつつある。また、決算月でもあり計画通りの受注販売状況であったが、東日本大震災の影響が大きくメーカーからの供給体制が滞っているので売上の減少につながっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を不安視している客が多いが、今のところ直接の影響は少ないようだ。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災発生までは前年並みで推移していたが、震災後は落ち込んだ。20日頃から昼は戻り始めたが、夜は外食を控えたと考えられる。また、居酒屋などでは予約のキャンセルが相次ぎ、厳しい状況にあると聞いている。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・卒業シーズンでもあり、学生をはじめとした若年層を中心に来客者数、反応などもほぼ例年どおりの状況である。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・転勤、入学などによる人の動きに伴い、新規契約数は一定量あるが、一方で大手通信事業者との競争の激化から解約数も増加しており、純増数に大きな変化は無い。
		その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・1日の利用客数が前月同様高めで推移している。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・高騰する石油価格の資材価格への転嫁が増えてきた。そのためコストアップによる収益圧迫と売価への跳ね返りが懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントなどにおける集客数及び成約数をみると、他社との競合が厳しい状況ではあるが、一定の目標はクリアできている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・若い年齢層の来客数は東日本大震災以降もまずまずあるのだが、接客しても売上に結びつかない。買物の行動が慎重になっている。また3月中盤から後半にきて気温が低くなっており、春物購入の雰囲気がない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードが高まり、高額商品などの買い控えが顕著である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災、津波、福島第一原子力発電所問題などで日用品の購買は大きいですが、取扱商品がし好品の場合目が向かない。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の発生前に官庁や民間企業からの年度末の受注は終わっていたため影響は少なかったものの、前年と比較すると、官庁からの受注は減少し、民間での設備投資も減少している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で買い控え、自粛がみられる。
		百貨店（営業担当）	競争相手の様子	・不要不急のものは一切買わないという傾向が明確である。特に春のファッショントレンドは厳しい状況である。食品や水、長期保存が可能なもの以外、ぜいたく品などは厳しい状況が続いている。

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
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、水、米、レトルト食品など特需が発生している。食料品は一時的に買い急ぎをしているが、その分衣料品は消費が低迷している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響を受けて、中旬ごろから需要が大きく伸びた。地震前までは来店客数がやや微減傾向だったが、地震後3～4日後から数日、水、乾電池、懐中電灯、米、インスタントカップ麺、缶詰、レトルトカレー、ティッシュペーパー、トイレロールなど日持ちする商品がよく売れ、客数は微増、客単価は上がった。しかし、下旬に競合店が新規出店したため客数が落ちてきた。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災のため生活必需品は良く売れたが、自粛ムードのため衣料品の販売が低下した。下旬には食品、日用品などで入荷しなくなった商品が増加しており、全般的に消費が縮小している。
		コンビニ（店長）	それ以外	・売上は、月半ばまでは前年を下回って推移した。東日本大震災発生後は、たばこをはじめとした買いだめなどで急激な伸びが見られ、売上は、最終的には前年同月を上回った。しかし、地震特需を除くと前年を下回って推移したものと思われる。
		コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、様々なイベントが自粛されており、高単価な客が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3月に入ってからも雪の日が多く、例年に比べ季節感に乏しい。東日本大震災の影響も少なからず感じられる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響でイベントなどの中止が続き、来客数、買上率が低下している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・年間の最需要期でありながら、過去に例のない落ち込みとなった。中でも客の購買意識は極端に低い。事故や重大な故障、修理の発生などでの買換えがあるのみである。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響によりメーカーからの商品入庫が無くなったため、納車もできなくなり、売上げが大幅に落ちた。納期が不確定な販売を行っているが、受注も極端に少なくなった。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・中旬以降の降雪によりタイヤ履き替え需要がずれ込んだため、集客の減少、車関連商品購入を検討する客も減少している。また、東日本大震災による供給不足も重なり客の購買意欲が低下している。
		住関連専門店（店長）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きい。3月は移動需要がある月であり、不安を抱えての準備が気持ちの中にあるようである。また、ぜいたく品など必要以外の商品については動きがかなり鈍い。購買意欲はかなり欠けているように感じる。来客数が落ち込んでいるのもこの影響と考えられる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の後、約4000人のキャンセルがあった。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災以降キャンセルが続出している。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・客の買い控えや消極的な様子に変化はない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・年間でも12月に次ぐ忙しい3月であるが、暇な日が多く、前年比でも売上、来客数とも10%近く落としている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客の動きが鈍くなっていると感じる。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災後、直接的な影響はなかったものの、めっきり人通りが少なくなり、買い控えも懸念される。また観光客がターゲットの店も予約キャンセルが続出している。団体客からは、旅行を取りやめてその金を寄附することにした、という例が多いようだ。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災および福島第一原子力発電所事故以来、宴会・旅行のキャンセルが続いている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響はとにかく大きい。

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
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、婦人服の買い控えが見られる。洋服の価格に関係なく、婦人服がぜいたく品と捉えられている状況である。客が婦人服を衝動買いしそうな時や、婦人服を着る機会が近々ない時は、震災募金をすると言われることが多かった。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・東日本大震災発生後、生活に必要な品物の確保、欲しい日用品、特に水が手に入らないとする客の声が聞かれる。消費者は、今後の生活に対する不安もあって、買物自体にも慎重になっている。
		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、自動車メーカーの生産が大幅低下し、自動車の販売は前年同月比50%を下回っている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自粛ムードが漂い、経済をますます悪くする方向に向かわせるのではないかと懸念している。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・一年で最も忙しい歓送迎会、卒業入学祝い、花見時期直前に起きた東日本大震災により、ゲストが来られない、自粛などで予約キャンセルが相次いだ。全体で前年同月比約30%の売上減少となる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・予想外であった東日本大震災によって、東北方面に工場をもつ製造業関連の客が多大な被害を受けていたり、縁ある方々の被害などで何かも自粛ムードとなり、当店も売上は前年の7割程度にとどまった。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比87%、宿泊人員は同82%、宿泊単価は同106%となった。前年は大型の団体客があったため単価が低下したが、今年は大きな団体が確保できず個人の宿泊が中心となったため宿泊単価が上昇した。しかし人数確保できず売上が大幅減少となった。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災以降、宴会、レストラン、宿泊全部門でキャンセルが続出し、売上は前年比2割近く減少した。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・被災地はもちろんだが、首都圏からの需要及び首都圏への需要、直接の地震の影響のない地区での需要までもが自粛ムードとなってしまった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は忘年会などで街はにぎわっていたが、現在は年度末でも、東日本大震災の影響で、外出して飲食することを自粛する空気が強く、夜の街は閑散としている。売上も激減である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響が大きい。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、団体客はもちろん、個人客もキャンセル、自粛が激しく、来客数は前年同月比で20%以上の減少となった。特に海外からの観光客はほとんどが取り消しとなり影響が大きい。
競輪場（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響により、12日以降の開催は全て中止になった。		
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	金属製品製造業（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、復興需要があり、多くの製品が売れている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・国内の設備投資が上向き、受注が増えている。
		税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前の数字では、売上は伸びている取引先が多い。価格面では厳しいものの、売上の請求ベースでは徐々に良くなってきた。
	変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注については堅調に推移しているが、原燃料高および東日本大震災の影響が懸念される。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量については、ほぼ横ばいで推移している
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅市場は相変わらず低迷が続いている。東日本大震災の影響で月末近くから一部仮需が発生しているものの、不透明な部分が多い。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在の生産量、販売量はここ数か月ほぼ同レベルで推移している。
不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物販業界で購入者が少なくなっているのと同様に、業界では不動産購入者が現れていない。		

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
	やや悪くなっている	司法書士	取引先の様子	・分譲マンションの売れ行きが良くなった一方で、売掛金、家賃などの請求訴訟が増加している。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料高を始め、全体的にコスト高の傾向があったところに、東日本大震災が発生し、数量面で調整局面に入り、慎重になっている。
		輸送業（配車担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により、燃料費などの価格が上昇し、コストが上昇している。また、東北地方への物流が止まったことにより、物の流れが変わってしまったこともコスト上昇の一因である。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が見られる。買いだめの意識より、華やかな宴会の自粛や買いだめをしない、高価な買物をしないなど買い控えの動きが強まっている。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前までは景気の着実な回復が感じられていたが、地震以後は広告の自粛などによって売上が前年比で10%以上落ち込んだ。
	悪くなっている	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、受注の減少や製品の発送を控えるなど影響が出ている。今後も悪化すると感じている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・元請の官庁工事は予定価格を大きく下回らなければ受注できず、下請の民間工事も前年同期比60%減である。
		建設業（総務担当）	それ以外	・受注価格競争が激化しているなかで、東日本大震災が発生した。建設資材の価格上昇や納品遅れの現象が起きており、コストや工期の把握が難しい状況となり、ますます厳しさが増している。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、取引先にも直接的、間接的に影響が出ている。
	雇用関連	良くなっている	—	—
やや良くなっている		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と比べると、求人情報誌1回あたりの求人数が50件～100件程度増えた。
変わらない		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣求人数は以前と比較し増加していない。しかし、派遣社員を契約期間後直雇用する動きが出始めている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・景気回復基調も若干感じられたが、東日本大震災の影響で求人がベンディングになっている案件もある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災は県内企業にも影響を及ぼしているものの、新規求人数は前年同月比増加傾向が続いている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・有効求人倍率が上昇するなど改善傾向が見えるが、東日本大震災の影響を受けた企業もあり、今後雇用に与える影響が懸念される。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・依然として、人材紹介、派遣とも求人が少ない。募集があるのはパート、アルバイト、短期求人である。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・平成23年3月卒業者の就職状況については、前年度と同等程度である。なお、東日本大震災に伴う内定取消しについては、学生からの報告がない状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災は県内企業にも影響を及ぼしているものの、新規求人数は前年同月比増加傾向が続いている。
やや悪くなっている		○	○	○
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告は前年同月比1割減少した。	

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	スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災や原子力発電所の事故により、被災地や関東方面の知人に送る加工食品や紙類、水への需要が急増している。また、メーカーの生産能力不足が報じられたことで備蓄需要も高まっている。ただし、生鮮品や惣菜などの動きは緩慢であり、あくまでも仮需要にとどまる。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東北太平洋沖地震の約1週間後から人出が多くなっている。特に週末は大変な人出で、売上も前年を上回っている。

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
		スーパー（店長）	来客数の動き	・1品単価は物価全体の変動に左右されているが、来客数は回復傾向にあるなど、やや良くなりつつある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で、水、即席めんを被災地へ送る動きが増え、販売量が通常よりも伸びている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災で関西へ一時的に避難してくる人がいるほか、会議を関西で開く企業も増えている。それに伴い、近隣のホテルでは軒並み満室に近い状態が続いており、当店への来客数も増えている。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・関西では前年からの景気停滞から徐々に良くなってきている感がある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・店舗当たりの来客数は1月は32.4人、2月は47.8人、3月は52.9人と増加し、販売台数も31.2台と前年の27.8台よりも増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末のみならず、平日の来客数の増加が顕著になっている。
		一般レストラン（店員）	来客数の動き	・前月と同様に来客数が伸びている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災によって東京から神戸の方に避難してくる人が多く、ホテルの稼働率も上昇している感がある。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は11,907円と、3か月前の11,421円よりも上がっている。ただし、東日本大震災の影響で、今月中旬から開催を中止しており、月全体の数字ではない。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・客の購買意欲が上昇している感がある。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、大阪の空きオフィスや賃貸住宅への問い合わせが急激に増えており、東京一極集中からの分散の動きが出始めている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・春商戦に力を入れている最中に東日本大震災が発生し、市場が急激に冷え込んでいる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・月前半に少し良い動きが続いたため期待したが、東日本大震災により動きが止まっている。仕方がないものの、卒業や入学に向けてのにぎやかさや華やかさが全く感じられない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末は普段であれば商談、販売共に最高の動きとなるが、今年は特に悪い結果となりつつある。東日本大震災の影響もあり、紙製品などでは出荷がストップするなど、全体として厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・冬物衣料から春物に変わるこの時期は、毎年催しが行われるが、今年の売上は芳しくない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・全体的に景気が上向いていない上に、東日本大震災によって更なるダメージを受けている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月初旬にリニューアルオープンし、衣料品、食料品の売上が順調に伸びている。東日本大震災後は各種イベントを自粛した影響もあり、売上は前年を下回っているが、19～21日の3連休は来客数が前年比で2けた増となるなど、高額品を除けば順調に回復してきている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の後は全体的に低迷しているが、富裕客の間で高額な美術品やブランド品などを買う客が急に増えたため、高額品の売行きが良くなっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年比で大きな変化はないが、東日本大震災による特需として、水や即席めん、缶詰、乾電池、懐中電灯などの防災関連商品が飛び抜けた動きとなっている。その反面、震災後の気温低下もあり、衣料品、家電製品といったし好品の動きが鈍い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、震災関連の商品はよく動いているが、既に多くの欠品が出ている。また、客単価は若干上昇しているものの、来客数の減少は依然として続いている。食品、生活用品はよく動いているものの、気温が低い衣料品の動きが鈍い。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数が前年比92%、売上90%と、ここ数か月はあまり変化がない。

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
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・直近は東日本大震災の影響が大きい。物流の混乱や備蓄需要、原子力発電所の事故による買い控えや買いだめなど、プラスとマイナスが交錯しており、方向性は判断しにくい。売上全体としては増加傾向で推移している。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、加工食品や日用雑貨の買いだめによる特需が発生したが、その動きも落ち着きつつある。その一方、商品調達が一部で困難になっており、販促などに支障が出ているほか、消費の自粛ムードでファッション関連は売上が落ち込んでいる。また、今月末でエコポイント制度が終了となるが、盛り上がりには欠けており、前年の実績には及ばない。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、広告に出た目玉商品は朝から走って買い回る様子がみられる。ただし、それ以外の商品は買わず、目玉商品だけを買う傾向が強まっている。
		スーパー（社員）	来客数の動き	・客の低価格志向がやや弱まったほか、前年後半からの仕入原価の上昇もあり、商品価格は堅調に推移している。ただし、近隣に競合店がオープンした店舗を中心に、来客数は年始以降やや減少傾向が続いている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響も若干あり、商品の売行きに偏りはあるものの、今は普段と変わらない状況となっている。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・パンや弁当はよく売れたものの、単価はそれほど伸びていない。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災によって客の買物姿勢が慎重になっている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・ようやく売上が上向きかけた矢先に東日本大震災が発生し、客の消費マインドが元に戻ってしまった感がある。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・商品の物流に不安はあるが、販売量に変化はみられない。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・歓送迎会の予約は多いが、予算が少ないため、団体客の予約については客単価の低下が目立っている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災後は客単価が大きく下がったほか、物流の問題で商品の未入荷や原材料の納品遅れなどが発生しているが、来客数に大きな変化はみられない。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・携帯電話では、年度末の新入学生向けのキャンペーンが功を奏している。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響がどこまで出てくるかわからず、不安な状況となっている。
		パチンコ店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響か、来店してもものんびりと過ごす客は少ない感がある。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・購入意欲のある客が増えてきたことで、住宅の成約件数は少し上向ってきている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響で購入商品に偏りが出ているほか、消費の節約ムードが強まっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による影響をまともに受けている。卸売ではホテルの宴会キャンセルで受注が減少し、小売ではアジアからの観光客の来客がほとんど見込めない状態である。
		一般小売店〔菓子〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災によって来客数の減少といった影響が出ている。
		一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客の間にはかなりの不安がある。
		一般小売店〔自転車〕（店長）	お客様の様子	・自転車の修理や購入の際、客からお金の持ち合わせがないとの声がよく聞かれるほか、売れる商品は安い物が中心となっている。仕入価格が上がっているのに対し、販売価格を上げられないという困った状態である。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で岩手県と宮城県の工場が被害を受け、商品の欠品状態が続いている。売上の低迷に追い打ちをかける形となり、非常に厳しい状況である。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	来客数の動き	・例年3月は卒業旅行などで若年層の動きが活発になるが、今年は全く感じられない。

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
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で厳しくなっている。食料品には影響が少ないものの、販売量は全体的に5%ほど減少している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・東日本大震災をきっかけに、来客数の激減や買い控えなど、消費マインドが大きく低下している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の消費マインドが冷え込んでいる。特にファッション関連商品はぜいたく品で、不要不急との見方が強いいため、来客数や購買数量の減少、購買単価の低下につながっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・来客数は増えているものの、売上が伸びていない。東日本大震災の影響で、客の間では買い控えが進んでいる。また、春物商戦で予定していたイベントがすべて自粛となるなど、悪循環が続いている。気温が低いことも不調の原因の一つとなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・リニューアルオープンで今月初旬は特別提供品を中心に受注が前年を上回ったが、東日本大震災以降は衣料品を中心に買い控えが目立ち、受注減となっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月中旬のホワイトデー商戦までは前年とほぼ同じ状況で推移していたが、東日本大震災後は来客数が前年比で約5%減となり、売上も大変苦戦している。一方、防災商品の水や乾電池などはすぐに売り切れ、被災地への募金も大変順調に集まっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災の発生前は前年実績を堅調にクリアしていたが、震災以降は売上が2けた減となっている。ただし、日を追うごとに少しずつ復調の動きも出始めている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・例年3月は入学や進学でお金が必要な時期であり、元々売行きは芳しくない。今年は特に、東日本大震災で客がパニックとなり、冷静さを失っているため一段と悪化している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費は全体的に沈滞ムードが強く、春の行楽需要も影を潜めた感がある。さらに、気温の低下で紳士洋品関連の売上が前年比で30%の減少、婦人洋品も20%弱の減少となるなど、春物商材の売行きが不振となっている。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・東日本大震災の影響があまりに大きく、消費動向が一変している。食料品、水といったライフライン関係の商品に購入が集中し、家電製品、衣料品については節約傾向が一気に進んでいる。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・関西圏でも被災地域に友人や知人、親戚のいる人が多いため、東日本大震災の影響で商品の売行きに悪影響が出ている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・今月初旬は、決算関係の追い風もあってそれなりに動いていたが、東日本大震災の後は客が徐々に減っている。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で新車の納期が全く分からず、商談に影響が出ている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、急激にブレーキが掛かっている。
		住関連専門店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で4月からの新生活への準備が遅れており、例年に比べると売上が伸びていない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、前年に比べて来客数が約2割増えている。ミルクや生理用品、紙おむつ、水、レトルト食品などがよく売れているが、決して景気が上向いた結果ではないので喜べない。
		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もあって、外食を控える個人客や宴会を自粛する企業が増えており、大口の予約が激減している。
		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で、消費マインドが急速に冷え込んでいる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、近畿エリアでも来客数は2～3%減少している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は観光シーズンであるため期待していたが、東日本大震災の影響でキャンセルが続出している。この状態は簡単に片付くようなものではない。

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	
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、東北、関東だけでなく関西の景気も低迷している。	
		都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・首都圏からの事務所機能の移転などで宿泊の利用は増えたものの、企業や団体客のパーティの大幅な減少をカバーするには至っていない。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・市内の人出が少ないなど、東日本大震災以降は非常に悪くなっている。手を挙げてタクシーを止める客もおらず、空車が目立つ。	
		タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・個人客の間でも相変わらず交通費の節約が続いている。また、夜の繁華街の人出は特に寂しく、特にスーツ姿の客が少ない。	
		通信会社(社員)	お客様の様子	・東日本大震災の後は客足が2割以上落ち込んでいる。新たな消費やサービスへの申込といった動きがかなり弱い。	
		通信会社(企画担当)	それ以外	・東日本大震災によるアミューズメント施設への影響は甚大である。	
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が大きく落ち込んでいる。	
		競輪場(職員)	来客数の動き	・来客数、購入単価共にますます低迷している。	
		その他レジャー施設 [イベントホール](職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で公演の中止や延期が増えている。景気の判断は難しいが、上向いていないことは確かである。	
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・東日本大震災で海外からの団体客が全く来なくなっている。国内の一般個人客の動きはそれほど減少していない。	
		美容室(店長)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で客の消費マインドが低下し、予約がキャンセルとなっている。	
		その他サービス [コインランドリー](経営者)	来客数の動き	・全店舗とも売上が前年比で約2割減となっている。東日本大震災の影響で節約志向が強まっている。	
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル](エリア担当)	販売量の動き	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響で売上は大幅にダウンしている。計画停電に伴う営業時間の短縮で、首都圏の売上が減少していることも響いている。	
		住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で、建材等の入庫が延期若しくはストップとなることが多く、新築や改装現場に大きな影響が出ている。	
		住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・東日本大震災で関西は直接被害を受けていないが、戦後最大の災害であるため企業や消費者への心理的影響は大きく、経済活動や消費行動が慎重化している。	
		住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・イベントを実施すると前年並みの集客となるが、交渉を始めると価格に厳しく、契約するまでには時間が掛かる。	
		その他住宅 [展示場](従業員)	それ以外	・東日本大震災の影響で、関西でも住宅供給会社の事業に必要な資材がそろわなくなっている。	
		悪くなっている	一般小売店 [花](経営者)	販売量の動き	・例年3月は卒業や送別などのイベントで売上が増加するが、今年は東日本大震災による影響か、消費の自粛傾向で売上が伸び悩んでいる。
			一般小売店 [衣服](経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、高額商品の買物をするのが悪いことのような雰囲気があるため、もう少し状況が落ち着かなければ消費につながらない。
一般小売店 [珈琲](経営者)	それ以外		・東日本大震災による影響が出ている。仕入先の工場が被災し、商品の供給が停滞している。		
一般小売店 [精肉](管理担当)	それ以外		・東日本大震災による直接的な影響はほとんどないが、東日本への商品の供給は依然として困難である。また、原子力発電所の事故で外国人観光客の来訪が激減している。春休みの需要期における物流の混乱は仕方がないものの、非常に厳しい状況である。		
一般小売店 [家具](経営者)	お客様の様子		・東日本大震災の関係で、客は必要な物以外を買わなくなっている。		
一般小売店 [衣服](経営者)	お客様の様子		・東日本大震災で客の買い控えが進み、当店にも影響が出ている。		
一般小売店 [花](店員)	来客数の動き		・東日本大震災以降、来客数が激減している。		

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
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降は高額品の動きが鈍化していたものの、月末の大型催事では計画を上回る受注となるなど、明るさも出始めている。ただし、店頭に来客数が2～3%減となるなど、全体としては楽観視できない。
		百貨店（婦人服）	販売量の動き	・気温の上昇が遅く月初から鈍い動きであった所へ、東日本大震災が追い打ちを掛けたため、なかなか回復がみられない。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で食品以外の売上が悪化し、売上が10%近く落ちている。関東の工場が打撃を受けたほか、東京からの物流も一時止まった。客の消費マインドが悪化し、不要な物は買わない様子がみられる。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、特に高額品の消費を自粛する気運が高まっている。実際に、店頭での美術品、宝飾品などの売上は落ちてきている。
		百貨店（販促担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で必需品は動くものの、不要不急の消費は動きが鈍い。また、気温の低い日が続いているため、衣料品の動きが停滞している。
		コンビニ（店長）	それ以外	・商品を求めての来店はみられるものの、東日本大震災で必要な商品が入荷できない状態となっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、急に売上が落ち込んでおり、通常商品は売れない状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で買い控えが起きており、市場で不足しているような生活必需品を購入する客もいない。特に静岡で地震が発生した後、その傾向が強まっている。
		衣料品専門店（販売担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、かなり客足が減っている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災による消費の自粛ムードが広がっている。
		家電量販店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で客の消費意欲が抑えられている。また、商品や材料の確保も一部で困難となっており、消費を落ち込ませる結果となっている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今月の初旬は前年よりも景気が良くなっている実感があつたものの、東日本大震災で完全にムードが変わった。周囲も不安な気持ちに陥り、消費が冷え込むなど、ここ数週間で景気が本当に落ち込んでいる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・前月に続いて売上が伸びないなかで、東日本大震災の後は更に客足が減っている。
		その他専門店〔医薬品〕（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災によって客の動きが鈍くなるといった影響が出ている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年は天候不順で期間限定商品の売行きもさっぱりである。東日本大震災の影響もあるのか、商店街の人通りも少ない感がある。
		一般レストラン（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災による影響は、やはり避けられない。
		観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・直接被害のなかった当観光地でも非常に多くのキャンセルが出ており、売上計画は大打撃を受けている。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災により、団体客が風評で海辺を避ける様子がみられる。個人客には影響が少ないものの、団体客が自粛ムードで旅行を控えている。客からは、旅行費用を義援金に回すといった声も聞かれる。
		観光型旅館（経営者）	それ以外	・東日本大震災によるキャンセルが出ているほか、新規の予約も自粛ムードで少ない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響と物価の高騰により、来客数が減少している。
		観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・東日本大震災によるキャンセルが約2万人に達し、非常に困難な状況となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災の影響で、宿泊部門は東日本から避難してくる客が多く、稼働率が上がっている。一方、宴会は大量にキャンセルとなっており、婚礼に関しても派手な演出が自粛される傾向にある。

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
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ようやく前年並みの水準まで回復しつつあったが、東日本大震災により深刻な影響を受けている。好調であったアジアからの観光客の予約はすべてキャンセルとなったほか、ビジネス客も激減している。首都圏からの移動による予約が一部にみられるものの、小規模なものが多い。宴会も自粛によって3割前後がキャンセルとなっている。レストランについても、近隣の客が利用する昼食と夕食は好調であったが、宿泊客の減少で朝食が芳しくないため、売上は大幅に減少している。
		都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、各種宴会やパーティーのキャンセルが相次いでいる。宿泊についても外国人客による予約はほとんどキャンセルとなっている。
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災による影響が全部門に出ている。特に、宴会部門に至っては4～7月にかけてキャンセルが相次いでおり、宿泊部門でも海外からの客が全くみられない。被災地域の企業から複数社員による連泊の予約が一時的に入ったが、打診のみで決定していない。
		旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、売上の3分の1がキャンセルとなっている。新規の予約も全く入らないなど、全体では予約が目標の3分の1に届くかどうかの状態である。
		旅行代理店(店 長)	お客様の様子	・東日本大震災以降、関東方面の旅行はすべてキャンセルとなっているほか、旅行自体を控える傾向が強くなり、売上、来客数が急激に減少している。
		旅行代理店(従 業員)	来客数の動き	・東日本大震災によって来客数の減少につながっているなど、景気への影響は計り知れないほど大きい。
		旅行代理店(広 報担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、好調に動いていた先行予約のキャンセルが続くなど、被災していない関西の客の間でも自粛の動きが出てきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー業界では東日本大震災による影響が大きい。企業による経費の削減や、飲み歩けない事情もあり、乗客が減少している。
		通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・消費者の間で自粛ムードが広がり、販売が伸び悩んでいる。
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・インターネットでの問い合わせにも回復がみられない。
		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)	それ以外	・東日本大震災によって、周囲の景気も悪化している。
		その他住宅〔情 報誌〕(編集 者)	それ以外	・東日本大震災の影響がどの程度まで広がるのか分からず、プラスの要素は見当たらない。企業業績への懸念のほか、消費マインドにもマイナス影響が出始めている。
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(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・少なくとも東日本大震災までの業績は順調であったため、景気は良かったといえる。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・注文数、受注数を見る限り回復とはいえないが、底を打った感がある。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で、土壌汚染調査の大半がストップしている。特に茨城県と秋田県で行っていた調査がストップし、大きな影響を受けている。ただし、今週から再び動きそうな気配もあるため、これから少しは回復に向かう。

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		
変わらない		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で想像もつかない状況となっており、特に東北地方からの原料調達に苦労している。被災地以外からの荷物は入手できつつあるが、被災地では工場が流失した取引業者もあり、復旧の見込みが全くない商品もある。その反面、量販店は在庫の確保を目指しており、受注は増えてきている。増産で対応しているが、原料は確保できたものの、一部の樹脂容器が入手困難となっている。これは樹脂の原料が国内産であるため、需給のひっ迫が起きているものである。先行きは不透明であるが、現状は製造、出荷に大きな変化はない。		
		食料品製造業 (経理担当)	それ以外	・今月上旬までは良かったが、東日本大震災による影響で急激に落ち込んでいる。ただし、関西は被害が少ないため、影響は少ない。		
		出版・印刷・同 関連産業（情報 企画担当）	受注量や販売量の動き	・例年、年度末は仕事が増えて忙しくなるが、東日本大震災や津波、原子力発電所の事故により、国内のイベントがかなり中止となっている。関東では3～4月の学会が中止となったほか、今後関西でも中止が検討されている。また、関東から仕事 coming しているものの、原材料が入手困難となっている。		
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、年度末にもかかわらず自動車関連の材料、部品を中心に荷動きが日に日に悪くなっている。		
		金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・車両関連で出荷が好調となっているほか、住宅などの建築関連も相変わらず好調である。		
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量の動き	・家電、住宅、マンション向けの製品がすべて順調に伸びており、以前と大きな変化はない。		
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	取引先の様子	・今回の東日本大震災により、取引先もインフラや物流の復旧状況に左右されている。		
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注が伸び悩んでいる。		
		建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・相変わらず厳しい受注競争が続いている。		
		輸送業（営業所 長）	それ以外	・年度末の繁忙期ではあるが、東日本大震災の影響で、関東から送られてくる出荷オーダーがシステム回線エラーで一時停止したため、配送が減少している。		
		その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	取引先の様子	・海運、輸出関係の仕事や得意先が多いため、円高傾向の進行によって非常に苦しい状況が続いている。		
		やや悪く なっている		食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災により、飲料水のほとんどを被災地に送っているため、ほかの地域での物流が停滞している。最近には特にミネラルウォーターなどの生活水の需要が伸びている。
				繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によるイベントの中止や自粛などで、タオルの注文にキャンセルが出ている。
パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	競争相手の様子			・東日本大震災以降、急に仕事不安定になっている。		
化学工業（企画 担当）	受注価格や販売 価格の動き			・原油価格の高騰に対し、製品価格への転嫁が遅れているため、収益が悪化している。		
化学工業（管理 担当）	受注量や販売量の動き			・エコカー補助金の終了やエコポイント制度の縮小で駆け込み需要が発生した後、受注量が回復せず、今月は前年比で15%減少している。		
電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子			・東日本大震災による影響で、自動車やIT関連メーカーが生産活動を行えず、非常に困った状態となっている。重要なユニットパーツにも影響が出ており、メーカーの稼働率が落ちている。		
電気機械器具製 造業（経理担 当）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響で、発注した部品が入庫するめどは一切立たなくなっている。また、不要不急の消費に対する意欲が低下しているほか、今後の金融機関の対応が不透明なこともあり、4月以降の注文までキャンセルが入っている。		
輸送業（営業担 当）	取引先の様子			・本来であれば繁忙期となるはずであるが、東日本大震災の影響で荷物の入荷が遅れ、数日間配送が止まっている。		

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
		金融業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で建築、内装材が東北や関東に優先的に供給されるため、取引先の建設業者では仕入れが遅れている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によって物流に影響が出ており、入荷のめどが立たない商品も出始めている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月の後半から今月前半までは広告の申込が増えていたものの、東日本大震災の影響もあり、申込が急に減っている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の後は消費が控えられており、関西のショッピングセンターでも売上が10～15%ダウンしている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・大阪でも東日本大震災の影響が出始めている。小売業の顧客企業では、発注しても納期がわからず、製造業の顧客企業でも資材の仕入れが同じような状態となっている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により、キャンセルや値引き交渉などの様々な動きが出てきている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により、受注があっても注文できないほか、取引がストップしてしまう場合もある。また、需要が一部に偏る傾向がみられる。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により新年度のCM受注の動きに影響が出ており、広告主の動向が全く予想できなくなっている。
	悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、買上のキャンセルが増加している。お金を少しでも義援金に回す人や現地の親族を支援する人もいるなど、催事の参加者が減っており、催事を開催できない状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で原子力発電所関連の大型受注がキャンセルになり、大きな損失となっている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・政治に対する不安や、東日本大震災による影響が大きい。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・際限なく続く円高や、更なる財政悪化の懸念、東日本大震災や津波による被害、原子力発電所の事故など、社会の動向がこれほど悪化したことは経験がないため、報道内容に左右される傾向が強まっている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・今月はエコポイント制度の終了による駆け込み需要が予想されていたが、東日本大震災でそれどころではなくなっている。
		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で材料が入ってこない。
		建設業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で建築資材や住設機材が入手できない。
	通信業（管理担当）	それ以外	・東日本大震災により関西の企業にも悪影響が出ているため、業況の悪化につながっている。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災により売買案件が流れるケースも出てきている。一方、賃貸では関東から関西に移ってくる人のニーズが高まっている。	
	広告代理店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災で広告出稿の動きが止まり、年度末の売上計画に大きな影響が出ている。顧客企業側でもイベントの中止や延期が相次いでいる。	
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・地震による被害は主要な取引先にも広がっており、東北地方を中心に工場の生産ラインがストップしたほか、物流もままならない。今月はとても3月とは思えない受注量となっている。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災で材料や部品の入手が遅れるなど、影響が出始めている。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による影響が出ている。	
	雇用関連	良くなっている	—	—

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
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・例年、年度末は求人も落ち着くが、今年は東日本大震災によって大阪でも様々な動きが出てきている。延期になる案件もあるが、相殺するとプラスの影響の方が大きい。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が今後どのように出てくるかが心配されるが、現在は様子見の状態であり、求人全体としては好調な動きが続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で12か月連続の増加となっており、どの産業の求人も増加傾向となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向が続いており、前年比では建設業が90%の大幅増となったほか、運輸・郵便業と卸・小売業が30%超の増加となっている。一方、宿泊・飲食サービス業は30%超の減少に転じたほか、サービス業も前月に続いて30%減となった。このうち労働者派遣業は60%減、請負業は25%減となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が10か月連続して増えており、特に製造業の求人数が増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の復旧工事に関する日雇求人が出てきつつある。
		民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・年明けから増えてきた企業による面接件数が今年度で最多となっており、採用者数も今期最多となる動きである。また、退職の引き止めといった好況時にみられる現象も増えている。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・派遣求人数の前年比は今月も引き続き増加傾向となるなど、東日本大震災の影響はあまりみられない。
		人材派遣会社（役員）	それ以外	・派遣求人数は前年比で130%となったが、派遣規制によってそれが雇用者数の増加につながらない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・例年は求人件数が最も伸びる時期であるが、今月中旬以降は東日本大震災の影響で伸び悩んでいる。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・サービス業やビルメンテナンス業の求人が増えるなど、景気の回復感が高まっていたが、原油や材料価格の高騰を心配する声も増えている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・今後は東日本大震災の影響が出てくるものの、現時点で大きな変化はない。
やや悪くなっている		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・東日本大震災の影響で、既に決まっていた注文がキャンセルとなるケースも若干発生している。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で企業の活動が様々な制約を受けている。採用活動についても、先送りや進ちょくの遅延といった影響が出ている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	採用者数の動き	・東日本大震災によって広告業界は大きなダメージを受けており、新卒採用者数も減らす方向にある。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が増加するなど、悪い動きが出てきている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	雇用形態の様子	・東日本大震災の影響で、採用延期などの動きが目立っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で、求人の見直しが始まっており、関東系の企業は特に厳しい感がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・東日本大震災の影響で、新4年生を対象とした求人票の延期や取下げが出てきている。
悪くなっている		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・年度末を迎えて求人状況はやや上向いていたが、東日本大震災の影響で急落している。復興の方向性も定まらないため、後ろ向きの動きが強まることになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・東日本大震災による影響が甚大で、企業の活動がストップしている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	求人数の動き	・東日本大震災による影響は大きく、採用環境の悪化は避けられない。

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：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	スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の被災地向けの飲料、食品、日用消耗品の購入で、来客数、買上点数ともに大幅に増加している。

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
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・データ通信端末とスマートフォンの新規契約数を合わせると、前年同月比で大幅な純増となっており、引き続き好調に推移している。また、春商戦に入り新生活需要が活性化したことで、高機能のフィーチャーフォンでも契約数が増加している。ただし、地震の影響でプロモーションを自粛していることから、それも若干鈍い傾向にある。
	やや良くなっている	一般小売店〔紙類〕（経営者）	来客数の動き	・例年に比べ観光客の数が増加している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月は東日本大震災の心理的影響もあるが、気温が例年より低くアパレル関連を中心に前年割れが継続している。一方、家庭用品や食料品などは順調に推移している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・1～3月の来客数は前年比102～104%と徐々に増加しているが、東日本大震災以後まとめ買いの客も増加しており、その影響が出てきている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・工事関係を中心に昼の客が増加しており前月に比べ弁当の動きが良いことから順調に推移している。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年になく寒い天候で来客数が少ない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客層に変化がなくいつも決まったものが売れている状況で、1点単価及び1人当たりの買上点数が横ばいで推移している。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降震災関連以外の商品の動きはない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・12月で家電エコポイント制度の見直しがあったが、3月では客の関心が薄くデジタル家電、白物家電ともに動きがみられない。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の受注は前年比90%となっており、東日本大震災以降特に悪くなっている。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・冬用タイヤが降雪により販売好調だったことに加え、4月以降のタイヤ値上げの影響により、取換需要が発生している。また地上デジタル放送への移行でナビゲーション等が好調に動いているが、これらは一時的な需要であり、その他商品の動きと比べると大きな変化ではない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・景気の悪い状況が続いており良くないのが普通のような状態となっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・特に新しい動きが見受けられない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が不透明ななか、今のところ客の反応は変更なく潜在需要はあるので、資材価格等の高騰が消費意欲を冷やさないかが心配である。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・年度末にもかかわらず公共からの発注も数少なく民間の発注もあまりない。更に東日本大震災の影響が大変不安である。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・長期間個人住宅の引き合いが止まっていたが、今年に入って動きが出てきている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・買い控えまで至っていないが、慎重に行動される状況が顕著にうかがえる。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で客がありとあらゆるものをしばらく自粛しようとしている様子がうかがえる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の買い控えの様子がみてとれる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災は消費マインドに多大な影響を与えている。
		商店街（理事）	来客数の動き	・景気の閉塞感が漂っており購買につながっていない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自粛ムードが続きいろいろなイベントが中止となっている。当社の場合は災害復興に直接関与しない業種で消費の減退が直接影響することから、この自粛ムードがどこまで続くか大変不安である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で売上が減少している。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で自粛ムードが広がり人の動きが悪く、特に飲食店関係は低調になっている。春の行楽シーズンを向かえても陽気な気持ちになれない。

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
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の自粛ムードの影響で料飲店の売上が減少している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が減少し、春物の3月売上は大打撃を受けている。そのため急遽春物クリアランスを行うメーカーやブランドが例年より多くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上は12月、1月は悪いながら、前年同月比でほぼ横ばいであった。3月初旬はまずまずの滑り出しであったが、東日本大震災の影響で売上が伸び悩み、前年同月比で95%程度となっていることから、1月、2月よりは悪くなってきている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・3月に入っても降雪があるほか、地震により客の購買心理面に大きく影響している。天候不順は婦人服を中心とした春物の低迷の要因になるとともに、震災で倉庫等に被害が出た取引先も多く、大手アパレル中心に納品の一時休止も出てきている。更に決まっていた宝飾等の高額品の購入がキャンセルになるなど、顧客の購買心理面にもマイナス面が大きい。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・震災による環境の変化で、メインターゲットである55～65歳の固定客の売上が週を追うごとに前年比でマイナスとなっているほか、旅行や観光キャンペーンの自粛で旅行関連の売上や人気物産催事がマイナス基調である。反面、好調なのは金の売買とミネラルウォーター、インスタント食品、冷凍米などの備蓄品となっている。全体の消費マインドが高齢者を中心に低下しており、20～30歳代向けの売場は比較的健闘したが、月末の売上見込みは店舗全体で前年比94%前後である。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・月前半は例年を上回る規模の食に関する物産催事を開催したことで、遠方からの客もあり順調に売上が伸びていたが、東日本大震災以降、客の買い控えが極端になり、来客数が減少し、買いだめ傾向も出ている。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・震災前までは前年に近い推移であったが、震災後、来客数、売上高ともに10%のマイナスとなっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客の購買意欲が低下しており、売上が伸び悩んでいる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価が引き続き低下しており、安価な物に購入が集中している。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・売上高や販売点数は大幅に伸びているものの、震災の影響で水、カップ麺、防災グッズ等の売行きは本来当地域で消費される量と懸け離れており、景気が上向いているためとは言えない。
		スーパー（管理担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、商品の売れ行きに偏った動きがある。来客数、売上ともに前年を上回っているものの、商品の入荷が日に日に厳しくなっている状況である。
		スーパー（営業システム担当）	それ以外	・震災の影響によりまとめ買い商品や買い控え商品が発生し両極端な状態になっており、需要に対応できていない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・景気の動向は1週目、2週目と売上は良かったのだが、東日本大震災の影響で商品の出荷停止がかなり起こり、主要製品の発売中止という形で営業活動がうまくできない状況になっている。当社も2か所の工場が被災したが、その影響でアイテムを絞り込んだ営業になり、3週目、4週目からかなり商品の供給が遅れているので、売上が減少している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・フレッシュマンセールで昨年並みの客数は確保しているが、東日本大震災の影響で一般の客の買い控えがみられる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・前年に比べ気温の低い日が多く春物の動きが悪くなっているうえに、東日本大震災の影響で供給が不安定になっている商品群もある。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で工事関係の人の休日が増加しており、厳しい状況となっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で受注量が大幅に減少している。メーカーの生産ができなくなっており、配車が間に合わず客へ迷惑をかけるとともに、納車回収ができず3月決算が厳しい状況である。

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
		乗用車販売店 (副店長)	来客数の動き	・東日本大震災後来客数は例年の半分程度に減少している。決算期の盛り上がりはなく客との話でも今は車を購入している場合ではないという反応が目立っている。
		乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きい。
		自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・客の購買は必要最小限の低価格品に限られ、高額商品、プレミアム商品、高グレード品等の販売は低迷しており、売上額全体を押し下げている。
		その他専門店 [海産物] (経 営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、団体客のキャンセルが増加しており来客数が減少している。
		その他小売店 [ショッピング センター] (営 業担当)	単価の動き	・クレジットカードの客単価が継続的に低下している。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・景気の低迷もあるが東日本大震災以後来客数は減少している。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災より、直接被害の無い地域でも消費手控えが顕著になっている。特に年度末恒例の歓送迎会の自粛等、消費意識の低下がみられる。
		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で予約の取消が出ている。
		スナック(経営 者)	来客数の動き	・東北関東大震災の影響により、自粛ムードが高まり来客数が減少している。
		都市型ホテル (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、主に宿泊、宴会でキャンセルが相次ぎ非常に厳しい状況である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあるが歓送迎会が低調である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、歓送迎会も減少、縮小の動きがあり夜の街も閑散としている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年歓送迎会の時期であるが利用客が減少している。
		通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、当社の現地事業所は現在営業、販売といった事業に専念できる状況ではない。
		テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・東日本大震災震災の間接的な影響で厳しくなっている。
		テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・この時期としては例年になく度重なる寒波の影響に加え、震災による出控えムードが重なって個人客の落ち込みが激しい。団体は募集旅行を中心に増加したが、個人の落ち込みを穴埋めできるレベルではないため、3月としては過去最低の入場者数となる見込みである。
		住宅販売会社 (経理担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降イベントでも来場者は非常に低調な状況が続いている。なお、客の住宅への購入意欲が大幅に低下している。
	悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・年末年始に比べ来客数及び購買額ともに減少している。今が底だと言いながら、底がみえない状態が続いている。
		商店街(代表 者)	単価の動き	・2月まで売上は回復基調だったが、東日本大震災以降客の様子が生活防衛に徹した様子となって、消費マインドが委縮しており更に厳しい状況となっており、今後は全く予想がつかない状況にある。
		百貨店(営業企 画担当)	それ以外	・東日本大震災を境にして商況は激変している。
		スーパー(店 長)	お客様の様子	・新生活の異動需要がある時期だが、東日本大震災の影響で関東方面の需要が極端に減少している。
		スーパー(店 長)	それ以外	・東日本大震災が影響している。
		スーパー(財務 担当)	販売量の動き	・商品の1点単価は若干上昇傾向にあるが、客の1人当たりの買上点数が前年を下回っている。
		衣料品専門店 (経営者)	競争相手の様子	・展示会等では来客数が減少しており、株価等の下落で消費者の気持が買物に向いていない。
		住関連専門店 (広告企画担 当)	お客様の様子	・東日本大震災直後からホームページの閲覧数が減ってきており、客の動きも悪くなってきている。
		その他専門店 [和菓子] (営 業担当)	来客数の動き	・東日本大震災以降来客数が激減している。

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
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、消費者が消費や外出を控えている様子がみてとれる。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、歓送迎会のシーズンにもかかわらず宴会予約が低調で、キャンセルも相次いでいる。
		その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードが高まり、イベント、旅行などのキャンセルが日を追うごとに多くなっており厳しい状況となっている。
		観光型ホテル（支配人）	お客様の様子	・震災発生以降、自粛を含むキャンセルが相次いでいる。外国からのツアーは全滅で、宴会部門においても自粛ムードが広がっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災の影響によりキャンセル、自粛が増加している。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・東日本大震災により宿泊の大幅なキャンセルや宴会、会議のキャンセルが相次ぎ来客数が大幅に減少している。
		都市型ホテル（支配人）	それ以外	・東日本大震災に伴うキャンセルが相次ぎ影響が大きくなっている。国内での自粛ムードと海外の客の敏感な反応がしばらく継続する。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、宴会や宿泊のキャンセルが相次ぎ景気が一挙に減速している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災及び放射性物質の拡散の影響で海外からの宿泊がキャンセルとなっている。
		旅行代理店（経営者）	それ以外	・本来であればこれから春休みとなり、旅行には最高の販売月間になるにもかかわらず、東日本大震災や首都圏の大型テーマパークの休園の影響で、残念な状況となっている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今月は来園者数が前年比5割強にとどまる見通しとなっている。これは週末の天候が降雨、降雪により不順であったこと、特に3連休のうち後半2日が雨天であったため、19日からの春季行事の動員を図ることができなかった影響が大きい。
		ゴルフ場（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による自粛で売上が大幅に減少している。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で3月13日以降のレース開催が中止となっている。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で一部商品の受注が増加している。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数及び成約件数が増加している。
	変わらない	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上は伸びているが燃料高の影響が大きく影響し利益が伸びない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大口の注文、引き合いがなく生産水準は低調なまま推移している。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・特段の動きはみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は生産能力の60%で、厳しい状況は過去1年間変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあるが、伸びている部門もあり総体的には変わらない。
		輸送業（統括）	受注量や販売量の動き	・年度末は一部の箇所で大変忙しくなったが、東日本大震災により他の個所で荷動きが止まり、全体では特需が期待できなくなっている。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・年度内の受注案件が一段落し、来年度の検討については東日本大震災の影響で保留となっている客が多い。
金融業（営業担当）		取引先の様子	・3か月前と比べ改善傾向にある企業数は、横ばいで悪化している企業数と比べ少数である。また、取引先の経営者からのヒアリングでも、景気回復に関する話は少なく売上低迷が続いていることから、収支が厳しくなっており、資金繰りへの不安から、資金繰りの安定についての話が多くなっている。	

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
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業は先月の動向から、今月は受注量の増加を見込んでいたが売上高はあまり増加していない。また東日本大震災の影響で、しゃし物品の購入が手控えられており、販売業の業績も3月にしては今一步である。
	やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月の状況を3か月前と比較すると、水揚数量は850トン、水揚金額も8,700万円の減少である。水揚数量の減少理由は沖合底引き網、大中型巻き網、定置網の減少で、水揚金額の減少理由は沖合底引き網、定置網が減少したためである。前年同月と比較すると、水揚数量で575トン、前年同月比77.5%の減少、水揚金額は6,350万、前年同月比116.5%の増加である。水揚数量の減少理由は沖合底引き網、大中型巻き網が減少したためであり、水揚金額の増加理由はイカ釣舟が増加したためである。
		食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・多くの製品で東北地方から原料を入手しており、東日本大震災の影響で販売困難な状況となっている。他社のギフト商品の中に同様の製品が多いため、先行きも不透明である。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による東北地方、関東地区への影響が大きい。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・自社製品の売上について、国内市場の冷え込みに加え東日本大震災による影響で、東北地区の販売の落ち込みが出てきており更に厳しい状況となっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響で原材料の手配が厳しくなっており、生産しても受入先の態勢が整わないため、当社は生産を控えている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末だが例年に比べても厳しい状況で推移している。特にこのところあらゆる面で更に厳しい状況となっている。
		建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災に伴う、建材や資機材の確保、人員の確保の先行きに不安があり、燃料を含め価格上昇が予測される。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を少なからず受けている。
	悪くなっている	繊維工業（統括担当）	それ以外	・東日本大震災以後大混乱で低迷している。
		化学工業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、一部の原料仕入が滞っており回復時期が未定となっている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・鉄鉱石、石炭等の当社の仕入れ単価は上昇しているが、販売単価への転嫁が時期、値上幅とも不十分で収益の影響が大きい。また、東日本大震災の影響等で4月以降も販売単価への転嫁が進みにくく引き続き厳しい状況が続く。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による関東、東北地域での販売が不振となっている。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により操業停止となっており、復旧の目途が立っていない。
		通信業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、製造から物流、販売、需要まですべての経済活動に何らかの影響があり、景況感はいくつか悪くない。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、自動車の生産がストップし操業は2～3割に低下している。従業員は工場の整備や休業となっているがどのメーカーも赤字の状況である。
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業では雇用意欲に特に変化はみられないが、非製造業では情報通信関係の電話オペレーターの求人、全国的に展開している店舗の販売員の求人が増加しており、求人者の雇用意欲が高い状況が継続している。
	やや良くなっている	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・マーケティングや研究開発などの人員を増強することで、補充一辺倒の採用から将来を見越しての先行投資型採用を実施するケースが増えている。
	変わらない	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、企業活動が滞る可能性があり、採用活動は停滞すると懸念されるが、現時点では平年どおり採用活動に変化は出ていない。

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
やや悪くなっている		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人については、引越シーズンを控えた運輸業、専門職の募集が多数あった医療・福祉業や公務分野からの臨時職員募集などの影響で有効求人倍率が5か月連続で前月を上回った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・2月の新規求人数は、前年同月比で15.3%減少、前月比で10.5%減少している。新卒者採用の奨励金制度を利用する求人が目立つが、同制度は一般求人しか利用できないため、その分パート求人が減少している。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が製造業を中心とした派遣先企業に出ており、現時点で30社以上の派遣先で100名を超える休業者が発生している。一方震災を契機とした需要による派遣依頼も一部では旺盛であるが、全体的にはマイナスである。
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・しばらく求人数が伸びていたが、東日本大震災の影響で、企業から先行きの不安の声が多く出ている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響は中国地方にも出てきており、採用活動の再開の目途が立っていない企業もある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・中小零細企業を含めて今のところ内定・採用見送りなど、雇用への直接的影響はないが、東日本大震災の影響がじわじわと広がっており、今後の不安感を抱く事業所は数多い。
悪くなっている		新聞社〔求人広告〕（担当者）	採用者数の動き	・大学新卒の内定は74.4%で、これまでの2番目の低さとなっており、企業側の採用が見送られていることがうかがえる。
		人材派遣会社（支社長）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が出始めており、特に製造業を中心に休業や休業補償を中心とした雇用調整の動きがみられる。

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：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	スーパー（店長）	来客数の動き	・新規競合店の出店も1年が経過して影響は弱まっており、来店客数は前年比で回復傾向にある。また、東日本大震災の影響で関東一円への水、電池等の支援物資としての購入や、自らの緊急備蓄のための買い込みの動きが出ている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・単価、来店客数共に2年前の水準に回復している。
やや良くなっている		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛ムードで、総会や、歓送迎会、またお花見等のキャンセルが相次いでいる。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・販売量が前年比で若干上昇傾向であることに加え、東日本大震災特需により大きく上回った。
		スーパー（人車）	販売量の動き	・東日本大震災のため、支援物資を購入する動きや、自己防衛としての備蓄の需要が増えたことで、供給の間に合わない商品が出ている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は、3か月前では前年比85%であったのが、3月は104%と増加している。単価においても、3か月前では前年比80%であったのが、3月は91%にまで
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・新生活準備のためのピークを迎えていることと、エコポイント制度終了直前の駆け込みにより、ここ数か月で最高の来客数を記録している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・少しずつ暖かくなることで、客の動きは良くなり、売上も上昇している。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額なサービスの引き合いが依然として多く、別料金サービスにも引き合いが出ている。
変わらない		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・例年であれば、3月は卒業、送別、退職祝いなどでニーズが高まり、市場の仕入価格は高くなるが、今年は若干の高値で落ち着いている。出荷量についても、さほど変化が無い。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、東日本向けの荷物が増加している。また、福島第一原子力発電所事故の影響で、海藻類の売上が増加している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による買いだめで、客単価が上昇している。しかし、品不足により再び徐々に低下してくると思われる。

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	
		スーパー（店長）	単価の動き	・売上高、単価、乗客数共に、ほぼ前年並みで推移している。	
		スーパー（企画担当）	乗客数の動き	・3月上旬までの乗客数は、悪かった昨年の反動もあり前年比増加がみられた。東日本大震災が発生した中旬以降は、非常用耐久材のまとめ買いニーズなどにより、売上は増加している。	
		スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、被災地への物資供給と、自家用と思しき食料品・日用品の売上が急伸しており、一部商品には欠品も出始めた。寒さが続いたことで春物衣料が不振であるものの、食料品でカバーされ、全般的に販売状況は良好である。	
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・アナログ放送終了が迫っていることや、エコポイント制度終了前の駆け込みにより、3月後半にかけてテレビの動きが良い。しかし、3日目、4日目の購入として、手頃な価格帯が占めている。	
		ゴルフ場（従業員）	乗客数の動き	・東日本大震災以前はやや良い状況であったが、地震の影響により大きく落ち込んでいる。	
		美容室（経営者）	お客様の様子	・卒業式などで乗客数は多いものの、消費は控えめである。	
	やや悪くなっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、学生など若い人には大きな変化がみられないものの、50代以上の年配層の来街者数が減少している上、財布の紐も堅く、かなり厳しい状況である。
			商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響による買い控えや必需品優先の傾向が、より顕著になっている。
			百貨店（販売促進担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で商品の納入が十分でなく、店頭商品の確保に苦戦している。また、飲料水、災害グッズなどの品切れが続いており、売上、乗客数共に前年を下回っている。
			コンビニ（総務）	乗客数の動き	・3月の乗客動向は、2月よりも若干上向きであったが、東日本大震災以後、消費マインドが冷え込んでおり、結果、2月同様の水準となった。
			衣料品専門店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響が西日本でも出始めている。
			衣料品専門店（経営者）	乗客数の動き	・東日本大震災以前は順調に推移していたものの、地震を機に、関西方面でも相当の買い控えや自粛が意識されるようになったためか、乗客数が大きく減少している。全体として厳しい状態である。
			衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災発生以前は、前年比プラスで推移していた。地震以後、売上は前年比10%以上の落ち込みとなった。顧客との会話から、消費マインドの低下が感じられる。
			衣料品専門店（副店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、発生後1週間から10日は、ほとんど乗客がなく、購入する気持ちにはなれないとの声も聞く。最近では少し回復しつつある。
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、生産ラインがストップしている上、客に自動車を買換える雰囲気がない。販売は過去にないほど低迷している。	
乗用車販売店（役員）			販売量の動き	・3月の決算期を迎え、乗客数も増加して少し景気は良くなると思い始めていたが、東日本大震災以来、自動車は製造されていない状況であり、販売は激減している。4月以降も不透明である。	
一般レストラン（経営者）			乗客数の動き	・東日本大震災の影響で、予約状況は非常に悪くなっている。	
観光型旅館（経営者）			お客様の様子	・東日本大震災で、多数のキャンセルが発生している。売上も大きく下落しており、ゴルフの自粛なども含め、観光・娯楽関連は大きく落ち込んでいる。	
住宅販売会社（従業員）			お客様の様子	・既存の商談案件による受注数は増加していた。しかし、東日本大震災等の影響で、買い控えを考える客が見受けられ、新規の商談数は減少している。	
悪くなっている				一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き
	一般小売店〔菓子〕（総務担当）	乗客数の動き		・東日本大震災と、福島第一原子力発電所事故の影響で、地震以前の乗客数は前年比110%であったものが98%へと減少している。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子		・東日本大震災の影響により、購買意欲が減少している。通常必要な品物以外への影響がある。	

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
		百貨店（営業担当）	それ以外	・乗客数、売上高共に前年比で下回った。ファッションパーツ、化粧品、婦人靴等の雑貨商品は前年実績を確保したが、衣料・食品ほか、総じて低調に推移した。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、美術品など高額品の動きが極端に悪い。
		乗用車販売店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で自動車の生産が止まっており、売上に影響している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自動車市場は大きく縮小している。メーカーの生産休止に伴い、受注分についてもいつ生産されるか全く不透明である。登録ベースで前年比60%を下回る見込みである。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、何もかも自粛ムードになり経済が回らない。商品供給もままならず、売りに売れない状況である。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・昨年のNHK大河ドラマからの継続的なイベントもあり、春休みに向けて良くなると予測していたが、東日本大震災の影響がかなり出てきている。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、個人・団体旅行共に取消、自粛が続出している。春休みの旅行需要が多いこの時期において、影響は甚大である。今後も東北地方はもとより、関東地方への出張も含めて旅行は激減すると思われる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛によるイベント中止や、異動の時期にもかかわらず、飲み会などのキャンセルも多くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・四国八十八箇所、お遍路さんの仕事が結構入ってくる時期であるが、お遍路さんは関東以北の方が割りと多いこともあり、東日本大震災で一気にキャンセルが相次いでいる。一般の観光の方もやはり減少している。夜、飲みに出る機会も、地震の影響から自粛ムードがある。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、開催日数が10日間に短縮されたこともあり、3月の月間売上高は前月比61%、3か月前比67%、前年比71%、それぞれ減少している。1日当たり売上高では、前月比こそ9%増加であったが、3か月前比で5%、前年比で20%、それぞれ減少している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客の動きが止まってしまい、来客数、客単価共に、前年を下回っている。
		設計事務所（職員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、レジャー、外食、イベント等について、会社や個人単位で自粛している。また、土木事業量自体が経年的に減少しており、売上は前年比で2割以上減少し、期末賞与も出ない状況である。
		企業動向関連	良くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）
やや良くなっている	鉄鋼業（総務部長）		受注量や販売量の動き	・受注量の増加により、生産はフル稼働中である。
	一般機械器具製造業（経理担当）		受注量や販売量の動き	・国内外を問わず受注量が増加してきている。
	電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災以前の商談分で、手持ち受注残は多い。しかし、震災の影響により部品類が入らなくなりつつある。
	通信業（部長）		受注量や販売量の動き	・年度末を向かえ、受注量は増加しているものの、同業他社間の競争が厳しい。新規投資の意向はありながらも効果の見極めは厳しく、価格競争もあり、受注量の増加が直接的に利益拡大には繋がっていない。
変わらない	建設業（経営者）		それ以外	・東日本大震災の影響により建材が不足している。
やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	それ以外	・原材料について、従来の価格上昇に加え、東日本大震災の被害により生産が滞っている。	

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	
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以前は、受注量は順調であった。しかし地震後、宮城、福島地方の小売店からの受注が途絶えている。計画停電の影響により、東京地区の百貨店や小売店については、店舗営業時間の短縮や来客の減少により、大きな影響を受けている。新店開店した博多においても、消費マインドの低下を感じる。	
		通信業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災に加え、ガソリンの高騰などにより、個人消費は再度落ち込み、買い控え生活に戻るのではと不安視する声を聞く。	
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が少しずつみられる。	
		公認会計士	取引先の様子	・取引先の試算表などから、東日本大震災の影響が強く出ており、売上等が相当減少している。	
	悪く なっている	建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、下請からの見積提出が大幅に遅れている。メーカーからの資材調達が、数量・納期とも確定できないことに起因しているようである。	
		輸送業（経営者）	それ以外	・自粛ムードにより、全国的に経済活動が行われず、すべての面で停滞している。	
		輸送業（統括）	競争相手の様子	・東日本大震災以降、取引秩序が混乱している。	
		輸送業（支店長）	それ以外	・荷主の生産調整が継続される中、燃料高騰による輸送コストが上昇している。その上、荷主からは運賃値下げを要請されている。また、東日本大震災による鉄道網の寸断により、モーダルシフト案件も延期されている。	
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・自動車関連の得意先では、東日本大震災による新車入荷が困難なために、販促広告の中止や手控えをする状況にある。また、先行き不安による消費低迷から、多くの得意先で売上が減少している。	
		広告代理店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響により、印刷物が激減している。東北地方には用紙メーカー、インキなどの材料メーカー大手があり、原材料が枯渇する可能性が高い。一方で、関東以北の印刷会社が被災し稼働していないため、一定の商材について特需の可能性も考えられる。	
	雇用 関連	良く なっている	—	—	—
		やや良 くなっている	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・新卒者も、既卒トライアル制度への応募が可能となったことで、応募求人数が増加しており、内定者も増えた。
		変わらない	人材派遣会社 (営業部長)	求人数の動き	・3月は年度替りのため、一時的に求人数の増加がみられるものの、恒常的なものではない。
職業安定所 (職員)			周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で従業員を解雇する動きが出始めている。	
やや悪 くなっている		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・東日本大震災や計画停電などの影響で物流等が悪化し、資材調達が困難な会社では求人が無くなっている。	
		求人情報誌制作会社 (編集者)	求人数の動き	・3月に、転職サイトの活用による中途採用を予定する企業があったが、東日本大震災の影響もあり白紙となった。地元においても、新卒採用活動を一時停止する企業が多く、環境は停滞している。	
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、取引先からの納入が滞っていることや、元請け工場の操業停止により休業するなどの相談が増加している。	
		民間職業紹介機関 (所長)	それ以外	・紹介事業者、派遣事業者を取巻く環境は厳しくなっており、特に派遣数を減らす企業が多い。派遣会社自体の従業員数も一時期と比べ2～3割程度減少している。こういった業界の従業員数の増減も景気動向の判断になり得る。	
悪く なっている		人材派遣会社 (営業)	周辺企業の様子	・東日本大震災による影響が景気の低迷に繋がっている。特に、イベント開催の中止、懇親会などの自粛ムードから、交通や飲食、集客施設関連の売上が激減している。	

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
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・3月当初は期末ということもあり、広告出稿は順調で、来期に向けた企業の積極的な姿勢が見受けられた。しかし、東日本大震災によりイベントや通常出稿までも取り止めるケースが相次ぎ、沈滞ムードが続いている。

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：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	○	○	○
	やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・駅ビルのリニューアルにより、販売量が増えている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・花屋の繁忙月であるが、売上は前年度より落ちている。不景気なのか、当店の努力が足りないのか、とても厳しい状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、今まで売れてなかった物が急に売れ始めた。関東方面に荷物を送る客が非常に多くなり、店頭も欠品している商品が目立つ。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・前年が悪かったせいもあり、食料品の売上が前年比109.8%となり、来客数も前年比108%で1～3月は順調に推移している。今月は、東日本大震災の関係で水や乾電池、ヨーグルト等の一部商品が入荷できない状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品、食品、日用品関係の売上は、前年実績以上を確保できるようになっている。買上点数は前年比98%にとどまっている。傾向としては新入学のランドセルやフォーマルウェア、新生活需要の収納、布団等の購入が前倒しで購入されるようになっている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・売上実績は量販店が前年比109.9%、コンビニエンスストア前年比104.5%、ローカルスーパーが前年比104.8%となっている。全体的な販売量にも伸びがあるが、一番伸びが大きかったのが、東日本大震災の影響で全国的に品薄になった商品である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響があり、水やたばこ、乾電池等のまとめ買いをする客が多く、商品が欠品し入荷出来ない状況となっている。水は少しずつ入ってくるが、客のまとめ買いにより、すぐに完売してしまう状況となっており、その分の売上が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算時期ということもあり、契約につながった案件がある。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は前月と比べて大幅に伸びているが、来客数は若干減っている。売上は前年ともほぼ変わらない横ばい状態であるが、来客数は前年と比べても若干減少している。1人当たりの購入量が増えてきているのがプラス要因である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・入院中である客の退院や利用のキャンセルが減少しているため、売上は増える。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・年度末となり駆け込み需要があり、仕事としては少しずつ増えている。
	変わらない	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・先月から来店数が徐々に増えている。新茶の時期を前にして大幅な割引や粗品を付けて在庫処分を行っており、在庫は減っている。ただ、消費者の購入単価は相変わらず低い。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響か、買いだめ目的の商品は売れるが、通常品を節約する傾向にある。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・食品、住居用品の売上は共に前年を上回っているが、東日本大震災の影響による買いだめ目的によるものである。特に水やトイレトペーパーなどのまとめ買いが目立つ。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、特定の商品に偏って売上が増加している。しかし、販売量はわずかしか増加していない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・近隣の商店街を改装している影響もあり、来客数が少ない。

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
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は家電のエコポイントが最終月を迎えるため、やや良かった。テレビ、エアコン、冷蔵庫等のエコポイント関連商品の購買が非常に多い。家電量販店においては、やや良い景気が継続している。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・毎月行っているキャンペーンの動向はあまり良くない。来客数は相変わらず少ないが、年度末で大口の買物がいくつか見受けられた。東日本大震災の影響は、九州地区における家具の販売には及んでいない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・3か月前と比較すると変わらないが、東日本大震災の影響や競合店出店の影響等、不安要素はある。
		観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で予約のキャンセルや旅行控え等があり、例年に比べて来客数が減っている。
		旅行代理店（業務担当）	販売量の動き	・旅行業界において、東日本大震災の影響は大きく、受注よりも旅行中止等が多く、売上は前年比マイナスとなっている。販売量動向についても相当厳しい状況となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以降、キャンセルが相次いでいる。また大手企業の出控えで夜の繁華街の動きが特に悪く、客が全然いない状態である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は良くも悪くもない状況となっている。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りの厳しい状態が続いている。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・卒業シーズンに加え、スマートフォンの新機種発売や格安機種の発売などがあり、新規契約、機種変更共に増加し、全体の販売数は前年を上回っている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・繁忙期に合わせて販売促進策を強化したが、販売の上積みには至っていない。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・春に向かって入場者は増えていかなければならないところであるが、集客状況は鈍い。特に東日本大震災の影響は大きく、団体のコンペは自粛傾向にある。
		美容室（店長）	お客様の様子	・結婚式や卒業式などで着付注文の客は多少あるが、景気は良くなっていない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・依然として前月と変わらない水準で推移している。来客数についても同様である。ただ、東日本大震災の影響で土地を動かすことや、仲介を求めるということ等を控える客が増えている。例年の年度末に比べると非常に悪い状況である。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・例年であれば2月が一番底になるが、今年は2月が暖かく3月が急に冷え込んだため、来街者がものすごく減少している。加えて、東日本大震災や福島第一原子力発電所問題等が発生し、客は買物をするという気分になってない。これから先、様々な経済的影響が出てくる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災以来、当地域でも人の外出頻度が減っている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災と津波の影響で、当商店街でも、納品がなくなり売上がかなり落ちている。また宴会のキャンセルが多く見受けられる。自分のことはさて置き被災地に優先的に商品を送ろうという動きがあり、消費が全然伸びない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で自粛ムードのなか、来街者が非常に少ない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響から客の購買意欲は減退しており、来客数は前年割れとなった。特に紳士衣料、婦人雑貨の買上数量が減少し、催事も低調に推移した。一方、防災商品は品切れ、入荷待ちの状況となった。また乾電池や懐中電灯、米、缶詰、健康食品の水、保存食品等グロスリ一関連商品を関東の孫や子弟、親戚へ発送する客が増加しており、配達可能地域の問い合わせも増加した。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2月まで前年並みに回復していた来客数は、新しい百貨店の開店と東日本大震災の影響で、3月に入り前年比で2ケタのマイナスとなっている。客の購買意欲も減退しており、特に買回り品はマイナスとなっており、地震による影響が大きい。

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
		百貨店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災や津波、福島第一原子力発電所問題により消費マインドが低下している。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・売上は前年比93%、商圏の2つのショッピングセンターは前年比102%と前年比105%、その他百貨店が前年比95%と、それぞれ大型店はいずれも前年から5ポイント以上の低下となっている。前半の寒さと後半の東日本大震災によるものと考えられ、特に地震以降の落ち込みが激しい。紳士服は前年比6割のマイナスとなった。一方で、食品の動きは良くなるといった特徴的な動きはあるが、全体的に購買意欲は減退している。婦人衣料品は前年から約1割の減少となっており、売上規模が大きいいため、大きく影響している。来客数、売上、客単価いずれも数字は良くない。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で九州新幹線開業記念キャンペーンの自粛に始まり、当社の施策も一部を自粛している。来客数は前年比で5%程度減少しており、営業面では厳しい状況が続く。売上でも高額品の販売が不調となり、大きく前年実績を下回って推移しており、今後の景気についても現状の維持が続く。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・本格的に春物の動きが出てくる時期に東日本大震災が起り、被災地ではないものの、客は購買に消極的になっている。実際に、話を聞いてもこういう時期だからと答える客が多い。
		百貨店（企画）	お客様の様子	・東日本大震災の発生で、客の購買行動に自粛ムードが高まっている。地域的に直接地震には関係ないが、日本中が未曾有の大惨事による悲しみに包まれており、華美なことは避ける傾向が強くなり、売上の減少幅も大きい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、商品によっては購買が増えているものの、入荷が少なくなっている。集荷は今後も予断を許さない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で状況が大きく変わった。一時的な食品の買占め等により売上は上がったが、逆に婦人服や紳士服、宝飾関係のし好品に関しては、大変厳しい状況である。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・景気低迷のなか、東日本大震災の発生で、客は消費を極力控えている。また、燃料節約の動きもあり、来客数も大きく減少している。
		スーパー（業務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響を受けた買占め傾向は依然として収束の兆しが無い。乾電池や水、非常食等は品切れ状態で入手困難である。また不急不要な商品を買控える傾向は一層強くなっている。震災の心理的な影響から、消費に消極的になっている。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・近隣の商業施設がリニューアルオープンし、急激に来客数が減少している。ばん回のためのフェアを仕掛けたところに東日本大震災が発生し、来客数は伸びなかった。店の前を歩いている客や新規客は少ないが、常連の客はコンスタントに春物を買いに来ている。おかげで売上はほぼ前年並みに推移している。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今年の3月は今までにないほど、悪い話題でいっぱいであった。前半は新駅ビルに話題が集中し、当店は厳しかった。数日後には東日本大震災が発生し、消費は全体的に沈んでしまった。取引先の倉庫も一部被害にあい、非常に苦しい1か月であった。客も高額品の得意客で数字をつなぎ予算は達成しているが、全体的には厳しい状況である。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響と、前年に見直しのあったエコポイント制度の反動減が出ており、厳しい。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・自動車業界は、前年のエコカー購入補助金制度により需要を先食いしたため、今年になってからその影響がかなり出ている。売上は前年の約2割減という状況である。また低価格帯の自動車の販売量が大きく、単価の下落傾向が顕著である。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車の供給が止まっている。販売予定の車両が登録できず、新車の売上が計上できないため、今期決算が予測を下回るのは確実である。急ぎの客は新車をキャンセルして中古車に変更した事例もある。中古車とサービスで頑張るしかないが、新車販売の遅れによる売上の減少はカバーできない。

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
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・燃料油の仕入価格の上昇は小売価格に転嫁せざるを得ないため、小売価格も上昇の一途である。また東日本大震災発生後、営業時間を見直し19時までの営業としており、前年と比べ販売量が減少している。
		高級レストラン （支配人）	来客数の動き	・来店数が減少傾向にある。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少に歯止めがかからず、最悪の状態が続いている。
		観光型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、宴会や宿泊のキャンセルが相次いでいる。
		都市型ホテル	お客様の様子	・今回の東日本大震災の被害が大きく、また福島第一原子力発電所の事故もあり、計画停電や消費や旅行の自粛、物資の不足等が発生し、復旧、復興のゴールがまだみえない。かなり冷え込んでいる。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、全体的に自粛ムードが漂い、宿泊キャンセル等も増加している。
		都市型ホテル （副支配人）	お客様の様子	・東日本大震災の発生により、キャンセルが発生している。インバウンド客のキャンセルが大部分であり、厳しい状況となっている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災のせいか買い控え等、客は節約傾向を強めている。おしゃれ業界は春に上向く傾向にあるが、今一つ動いていない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・東日本大震災の発生以降、人の動き自体が少なくなっている。九州新幹線の全線開業の好影響は今のところ出ていない。
	悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・3月に入りわずかながら上向きになっていた。しかし、東日本大震災を境に卒業、入学式等の商戦も急激な下降線を辿っている。当然のことだと覚悟している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災後、急激に来街者数が減り、客の消費マインドは急激に落ちている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大き過ぎる。無駄な物は買わない、必要な物だけを買うという傾向が強まっている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災より、口蹄疫、鳥インフルエンザ発生時以上の精神的ダメージを受けている消費者が多い。購買心の妨げになっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	単価の動き	・客単価が下がっている。これまで1,000円以上の買物をしてきた人が、1,000円未満の買物に抑えている。
		百貨店（売場主任）	それ以外	・東日本大震災以来、高額品の動きが極端に悪くなっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・駅ビルのリニューアルオープンの影響に加え、東日本大震災による消費意欲の減退が直撃している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で人の動きが止まっている。特に年配の方の動きが極めて悪い。来客数、売上共に大幅に減少している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災発生前までは回復基調で、今月の景気は上向き傾向にあったが、地震以降は非常に冷え込んでおり、特に婦人服飾雑貨、おしゃれ用品の動きが極端に悪くなっている。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・月初、近くに商業施設がリニューアルオープンし、その影響から売上が若干落ち込んだ。その後東日本大震災の影響から更に落ち込み、大変厳しい状況となっている。生活必需品である食料品はまだ持ちこたえているが、それ以外は非常に厳しい。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・今月は東日本大震災以降、客の様子が非常に変わった。店頭においても必要な物以外は購入しなくなり、また、自粛ムードも高まり経済全体が萎縮している。特に商品の欠品等も目立ち、売上を確保するのが難しくなっている。また、旅行部門においては予約のキャンセルが多く、新規の申込は全くない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でたばこを含むすべての商品群の供給が滞り、売上に大きく影響を与えている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・販売量が減っている。

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
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で消費を控える傾向にある。客は被災した人たちに気遣いをし、生活そのものを控え目にしている。
		衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降、客の態度が激変し、通常通り電話をかけてもこういう時にそういう電話はよしてくれ等と、自粛ムードがあまりにも強くなっている。
		乗用車販売店 (代表)	それ以外	・周りの話でも良い話を全く聞かない。リストラになった人もいる。話を聞く限りでは、特に建設関係、飲食関係の景気が厳しい。
		自動車備品販売店 (従業員)	それ以外	・東日本大震災で部品製造メーカーの被災し、製品供給ができなくなっている。
		その他専門店 〔書籍〕(店長)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で物流が滞り、商品の確保が計画通りにいかない。また、消費に対して後ろめたさがあるのか、消費マインドが低下している。
		その他小売の動向を把握できる者 〔土産卸売〕(従業員)	販売量の動き	・新幹線が鹿児島まで開通し、春の行楽シーズンでもあるため、多くの旅行者が来ると予想された。しかし、東日本大震災の影響で旅行者は少なく、繁忙期であるにも関わらず最低月の売上へと転落している。1～3月を通して同じような動きを示している。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・歓迎会、送別会の時期であるが、東日本大震災を機に予約のキャンセルが相次いでおり、かなりの痛手を受けている。自粛ムードが広がっており、景気は下向き、悪い方向に向かう。
		高級レストラン (社長)	来客数の動き	・東日本大震災のためキャンセルが相次いでいる。また、歓送迎会の自粛も始まっている。
		高級レストラン (専務)	来客数の動き	・当初は九州新幹線全線開業に非常に期待していたが、東日本大震災や津波等の影響で人の動きが止まり、新幹線の乗車率も非常に悪い。客は外食を控え、客単価が非常に低くなり、来客数も少なくなっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、火山の噴火もあり、県外からの客が激減している。
		その他飲食〔居酒屋〕 (店長)	それ以外	・東日本大震災により、当地では九州新幹線全線開業に関するすべてのイベントが中止となった。それ以降のイベントも中止になっており、とても寂しい状況となっている。
		観光ホテル(総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、宴会のキャンセルが相次いだほか、宿泊やレストランの予約も伸びない。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・東京方面、東北方面の旅行は、ほとんどキャンセルになっている。行先に関係なく取り止めや延期が続出し、手の打ちようがない状態である。取消や払い戻しの作業に追われている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東京からの客のキャンセルが相次いでいる。風評被害もあり、市場に物も無くなっている。
		通信会社(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で非常に悪くなっており、立ち直るには時間がかかる。
		通信会社(総務担当)	お客様の様子	・当地の景況は、製造業、非製造業共に下降傾向で推移しており、積極的な売上の増加はみられない。東日本大震災の影響もあり、どのような展開になるのか不安感が広がる。当社においても、このままでは下降をたどるばかりであるので、自助努力や方策を考え、目標達成しなければならない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災に伴い、海外旅行者を始め国内客のキャンセルが増加した。また小イベント等も自粛ムードが続いている。
		ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、本当に厳しい状況となっている。前年に比べ売上が3、4割も低下しており、非常に心配な時期を迎えている。イベントの自粛や風評被害等でかなり厳しい状況である。
企業動向関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3月に入り、ようやく回復の兆しがみえている。例年3月は計画以上に売上が伸びる月であるが、今年もスーパー、居酒屋等の動きが少し良くなっている。東日本大震災の影響が今は良い方向に動いているが、今後どのような動きになるか懸念される。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社は決算前にいろいろな受注を請けたので、売上は前年比プラスとなっている。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体設備向けの機械加工部品の受注が前年比で20%程度多くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・安定的な受注量が確保でき、短期見通しが立つ状態になっている。安定した状況で進んでおり、稼働率が少し良くなる。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・装置導入により生産が上向き、計上利益は向上する。また、派遣社員も新たに受け入れている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災前後で取引先の様子が変わっているが、現在のところ地震によるマイナスの影響は軽微である。3月上旬までは、駅ビル等のリニューアルにより消費動向が上向いていた。アルバイトの人員が新駅ビルに取られ、既存商業施設でのアルバイト人員の確保が難しいとの話も聞く。雇用にもプラスに働いている。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	受注量や販売量の動き	・大口、小口問わず、幅広い業種にわたって、設備投資の引き合い案件が前年に比べて確実に増加傾向にある。受注額も前年比10%弱の増加となっている。
	変わらない	一般機械器具製造業（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、喪失部品の緊急調達は忙しくなる。また、新機種への対応も遅れており、なんとも言えない状況である。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、支援物資の動きや関東圏への発送荷物の増加がみられる。ただし、関東圏での停電や放射線問題、燃料供給不足など実務としての不安材料が沢山ある。
		金融業（従業員）	それ以外	・採算が合わず撤退するチェーン店が増えている。また廃業する個人店舗も増えている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響に関する情報をさまざまな取引先で聞くが、業績は変わらない様子である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・今のところ東日本大震災の影響もなく、受注量に変わりはない。
	やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で販売量の低迷が少し出ている。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で建築資材、内装資材が極端に品薄あるいは在庫切れとなっている。建築や内装では、想像以上に工期が遅れている。取り止めたり、工事を中止したりする新規出店予定の商業施設等もあり、厳しい環境となっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月前半までは悪いなりにもいくらか受注がきていたが、東日本大震災以降は消費動向が悪く、特にお祝い、入退職のギフト関係は自粛ということで、全然受注がこない状況となっている。この先、消費が回復することはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連は好調に推移していたが、ここきて、全般的に低調気味となっている。非常に先行き不透明な状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響があり、景気はやや悪くなっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により、物の供給がストップしており、九州には物が入ってこないような状態になっている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で在庫が増えている。東北や関東で受け入れ予定だった輸入品を受け入れ、関東工場の生産停止を九州の増産して対応しているためである。燃料不足で現地に運べない事態もあり、しばらくは混乱した状態が続く。
		通信業（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響で材料の納期遅れや価格の高騰が発生しており、工事原価が上昇している。
		金融業（営業）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、製造業は仕入れが困難になりつつある。在庫で賄っているところもあり、今は影響が出ていないが、今後は厳しくなる。
		金融業（得意先担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、国内客の旅行控え、外国人の渡航自粛等により、売上が大きく落ち込んだという声を聞く。また、資材価格の高騰も顕著になってきたという話があるように、取引先の状況は非常に厳しいものになっている。
		新聞社（広告）	それ以外	・駅ビルのリニューアルや九州新幹線の全線開業等、広告出稿が活発になる予定だったが、東日本大震災の影響で大半の広告出稿が延期、中止となり、復活の見込みが立たない状況である。

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
	悪くなっている	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、予定していた売上が大幅に減少している。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・非常に悪くなっている。畜産関係の飼料の値上がりに加え、東日本大震災の影響から消費不振となっており、非常に厳しい。
		繊維工業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災のため、復興していくのも大変なのに、景気は上向きにはならない。流通や資材の調達も大変になっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況となっている。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年度末の工事が例年より半月ほど早い。現在は、車両や重機の整備に入り、施工している現場は、例年の50%ぐらいである。今後、固定費の出費をいかに抑えるかを考慮中である。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・新しい受注が発生する目処がほとんどない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・酒類量販店の売上が前年比80%と悪い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・3月前半は九州新幹線の全線開通を目の前に、常に好調に推移していた。かなり盛り上がりつつあったが、東日本大震災の影響で状況は一変した。旅行需要についても、九州でキャンセルが何千人という話も聞き、全国的に落ち込んでいる状況である。3月の景気は通常月よりも良いはずであるが、前年に比べるとかなり悪
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村の建設関係の委託発注は減少しており、新規の事業は少ない。交通量調査等の調査関係、備品購入等も予算額が低いため、それぞれ入札時に予算を下回った価格で落札する業者もおらず、不調に終わるところも出ている。
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4,154人と前年同月比47.7%の増加、有効求人数は10,596人と同39.7%の増加となっており、多くの分野で新規求人が大幅に伸びている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響は一部あるが、当地の企業のニーズはコールセンターの増員等もあり、増えている。
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・駅ビルのリニューアルに伴う雇用の増加により、周辺企業の採用難が始まっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞の求人広告件数は前年を大きく上回っている。県外からの求人数も伸びている。特に製造業や福祉関係のニーズが高い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・九州新幹線の全線開業で経済効果が期待されたが、開業前日に東日本大震災があり、かなりダメージを受けた。一旦は落ち込むが、復興が進めば被害のない九州の需要は少しずつ増える。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人件数は堅調に増加傾向で推移しており、求職者が減少の傾向にあることから有効求人倍率は上昇が続いている。しかし、東日本大震災の影響で雇用調整を余儀なくされた企業も見受けられ、先行きに不透明感がみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の伸びが若干鈍化したものの、前年度比で11か月連続の増加となっている。求人数のみをみれば景気は回復傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所における2月の新規求人数は前年同期比40.8%の増加となっている。8月から7か月連続で前年同月比プラスとなっており、企業間で業況に差があるものの改善がみられる。
		変わらない	職業安定所（所長）	求人数の動き
学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き		・昨年同月と比較しても、求人票の受理件数が減少傾向である。この時期であれば求人活動や企業からの来訪が多くなるが、今年は低迷している。さらに、東日本大震災の影響で、今後の採用動向にどのような影響が出るか注視している。	

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
	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仕事量が減っている企業が出ており、休業等の指示要請がある。また急な求人のキャンセルも数件出ている。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・3月は季節需要のイベント人材需要が発生したが、長期的な人材需要は増加していない。新年度に向けて3月末に終了傾向がある。
		民間職業紹介機関（支店長）	それ以外	・東日本大震災の影響が既に出ている。製造業では、残業ゼロ、場合によっては週休3日も出始めた。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用活動の延期または後ろ倒しが目立っている。遅れるだけで計画通りの採用があればよいが、その部分は現時点で不透明である。
	悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、九州新幹線全線開業の記念イベントがすべて無くなり、それに関連する他のキャンペーンもキャンセルとなっている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・東日本大震災以降の雇用について緊急に予算を組み直す必要がある。緊急雇用対策が続いているが、エクセル基礎講習に補助金を出している場合ではない。財源はある今の雇用対策をすべて東北の雇用につなげられるはずである。

11. 沖繩（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：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	－	－	－
	やや良くなっている	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・売上高、客数共に前年実績を上回っている。1点単価は前月に引き続き下落の傾向がみられるが、来客数の前年比は3か月前に比べて4ポイント程上回り、売上高は回復の兆しがみられる。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・食事系の客が前年比で約10%ほど増加している。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・ここ2か月は売上、来客数とも前年より若干の落ち込みをみせていたが、今月は売上、来客数ともに前年をクリアし、ここ3か月の比較でも、最も売上の良い月になっている。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・住宅展示場や完成物件の見学会への来場客数が増加している。チラシ配布等の広告宣伝の効果があり、住宅建築に感心を持っている客が増えているとみられる。
	変わらない	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量が上昇しない。節約傾向がまだ続いている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・客はかなり慎重に購入している。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・繁忙期であり販売量は伸びているが、景気の良さは実感できない。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・卒業シーズンとなり新規契約による販売増加を見込んでいたが、流れは変わらず前年を下回る結果となっている。東日本大震災による人気商品の供給不足や販促の自粛も影響している。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・良くなっているようにみえた時期もあったが、東日本大震災の影響もあり、客のマインドが下がっている。
	やや悪くなっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・春物商戦が本格化してくるなか、気温の低下もあり商品動向が鈍くなっている。従来ではギフト需要が高いこの時期に雑貨を含め商品動向が鈍く、単品買いが目立っている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・20数年振りの寒さもあり、今月上旬はドリンクやアイスが半減し、後半も天候は安定せず売上を取り返すことはできない。たばこ以外の売上も前月に比べ1%落ちている。卒業式等のイベントがあっても例年より動きは鈍く、全体的に来客数の落ち込みが目立っている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災後、無駄を無くす買物が顕著になっている。
	悪くなっている	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客に節約する流れがある。今後は食物を中心に値上げの可能性も大きく、商品に対しては厳しくなってきている。

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
		その他専門店 〔楽器〕（経営者）	来客数の動き	・プロ野球キャンプに期待していたが、前年を上回ることには無かった。また、11日の東日本大震災以降は大幅に観光客の数が減少している。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・3月は売上の上がる月ではあるが、東日本大震災の影響で、官庁、自衛隊関係の歓送迎会は全部、観光客の予約は約50%キャンセルと影響が大きい。地元客は地震直後はファミリー客、年配客が激減している。しかし、20歳代の来店にはほとんど影響は出ていない。
		観光型ホテル （マーケティング担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を受け、稼働率において大きく前年同月実績を下回っている。
		旅行代理店（代表取締役）	それ以外	・東日本大震災の影響でキャンセルが相次ぎ、4月～ゴールデンウィークまでの予約もあまり無い。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・施設利用者数は、前年同月比で相当の落ち込みである。3月11日の東日本大震災の影響で、沖縄観光は未曾有の状況である。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・先日の東日本大震災の影響をまともに受けている。旅行の手控え等が影響しているかと推測される。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	来客数の動き	・3月11日の東日本大震災後から、観光客のキャンセルが相次ぎ、貸出台数が前年比80%と厳しい状況になっている。
企業動向関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築住宅の契約棟数が増加している。
	変わらない	輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・久米島地区の落込みは長くなっているが、他地区、特に宮古地区は堅調である。しかし、東日本大震災以降、観光客のキャンセルが多く雰囲気も良くない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・仕事は出てきているが、契約単価はまだ安く、景気の面からは良いとも悪いとも言えない。
	やや悪くなっている	○	○	○
悪くなっている	—	—	—	
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（経営者）	求人数の動き	・既存ユーザーからではなく、全くの別業種や別職種についての新規の派遣依頼が複数ある。
	変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で18.6%増加、新規求職者数は前年比で25.4%増加している。求人数は漸次増加傾向にあるが、中東情勢における原油価格の高騰、並びに東日本大震災の影響により、生産・サービス・小売業者に不安が生じ、今後の求人に影響が出る。
		人材派遣会社（総務担当）	それ以外	・単発の受注案件が、今回の東日本大震災の影響により中止または延期になっている。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・以前に比べて求人数が減っている。それに比例するように応募者も減ってきている。
学校〔専門学校〕（就職担当）		求人数の動き	・県内外共に求人数が減少傾向にあり、今後も大幅な改善は見られない。	
悪くなっている	—	—	—	