

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向 関連	良くなる やや良くなる	○ 商店街（代表者）	○ ・2～3か月には状況が少し落ち着くとみられる。また、駅前通から当店のエリアまで地下歩行空間が開通していることから、これまでと人の流れが変わり、景気も多少上向いてくるとみられる。	
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で、北海道への修学旅行客が増えることが見込まれる。	
		スーパー（役員）	・東日本大震災の影響により物不足の傾向になっており、今までの単価の低下傾向が上昇傾向に変わることになり、生活必需品関連については売上が増加することになる。	
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送への完全移行直前となるため、最後の買換え需要が期待できる。	
		旅行代理店（従業員）	・3月に底まで落ちてしまったため、今後は少しずつ回復することが見込まれる。	
		通信会社（企画担当）	・客が注目するタブレット型端末において、新商品の発売が続くことで、販売量の増加が期待できる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・例年だと来街者数はわずかながら増加傾向になってくるが、東日本大震災の影響で観光客の予約キャンセルが多数発生している現状を考慮すると、3か月後までは来街者数及び販売量ともに悪い状態のまま推移する。	
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災後の買い控え、節約ムードがしばらく続く。特に旅行・余暇関係を始めた不要不急の商品は停滞することになる。	
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災の影響がどのように現れるのか現時点では不透明であるが、原子力発電所事故はあらゆる意味で景気を後退させることになる。	
		スーパー（役員）	・北海道では、道央以北では東日本大震災の被害が少なく、野菜等も初春から収穫期となるものが多い。個人客の本州への商品発送による仮需要が増えることが見込まれるため、食品小売についてはややプラスになるとみられる。	
		家電量販店（店員）	・春需要は期待できるが、4月後半以降は家電エコポイント制度終了前の駆け込み需要の反動が出てくる。	
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災によるダメージは大きく、現在の状態がしばらく続くこととみられる。	
		スナック（経営者）	・繁華街に人が全然出てこなくなっているため、今後の見通しは真っ暗である。	
		旅行代理店（従業員）	・被災地の復興が、そのまま回復につながるかは判断できない。今は耐え忍んで好機を逃さず準備をするだけである。	
		美容室（経営者）	・東日本大震災や原子力発電所の問題で、今後に対する不安感が増加しており、客は様子見の状況となっているため、今後の状況で購買意欲が大きく変化することになる。	
		住宅販売会社（経営者）	・物資不足等も考えられることから、この先2～3か月は今の状況が続く。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響が続くようであれば、物流や予定していた催事やセール中止、延期などで売上に大きな影響が生じることになる。
			商店街（代表者）	・東日本大震災による影響がじわりじわりと出てきているため、しばらくの間、景気は悪化傾向で推移する。
			一般小売店〔酒〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、どこまで景気が落ち込むのか、非常に読みづらいところではあるが、今後2～3か月は相当厳しい状況が続くとみられるため、今よりも更に悪い状況となる。
百貨店（売場主任）	・東日本大震災後、消費マインドが低下しており、婦人ミセスゾーンでは買い控えがみられることから、今後についてはやや悪くなる。また、地震の影響で商材不足も懸念される。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・原子力発電所事故の終息には相当時間がかかることから、電力の供給不足が各産業の商品生産にブレーキをかけることになり、経済が停滞することになる。
		スーパー（店長）	・販売している商品の入荷が遅れており、製造も不安定になっている。需要があっても商品供給が追いつかない状況であり、品切れ傾向が続いているため、今後については決して良くはならない。
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災の影響は葉物野菜を中心とした青果物にとどまらず、足元ではペットボトルの水不足がパニック化の様相を呈しているなど、深刻化している。今後も地震の影響がどのレベル、どこまでの範囲で広がるのか予断を許さない状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	・北海道は東日本大震災の被災地ではないが、外国人客や国内客が減少しており、この先期待していた旅行者や行楽客が落ち込むことになる。また、自粛ムードが高まっていることで客の消費が抑えられることになる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント制度が終了するため、今後についてはやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響で、商品の入荷に不安があるため、今後についてはやや悪くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・観光産業にとって、原子力発電所の放射線問題による風評が今後のマイナス要因となる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響は、まだまだ続くとみられるため、今後も海外客の見込みが立たない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・本格的な観光シーズンを迎える時期だが、東日本大震災による影響で観光客が激減することになる。観光関連施設が周辺に多くある商店街としては影響が大きい。また、地元消費者もしばらくは消費を控える傾向が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今、当地を訪れている旅行者は、予約していた旅行をキャンセルできなかった旅行者だけで、例年の3分の1も訪れていない。観光スポットとして有名な施設の駐車場も1日3～4台しか止まっておらず、例年の10分の1程度となっている。原子力発電所問題が収まり、風評被害が消えるまでは旅行どころではないというムードが続くとみられるため、今後については悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・現状、原子力発電所のニュースに関心が集まっており、お祝いムードや言動に批判などの声もみられる。また、大きなイベントの中止、旅行者の減少など、自粛ムードが続いている。そのため、ゴールデンウィークに向けても旅行控え、ガソリンの高騰などにより、行楽の機会が減少するなかで、衣料品関係の動きも非常に厳しい状況となる。
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災の影響や原子力発電所問題がどのように生活に影響することになるのか全く予測できない状況にあるため、景気がすぐに回復するとは思えない。
		百貨店（役員）	・今後、東日本大震災の影響による生活必需品の購入と被災地への送付用需要が減れば、マインド面から消費の手控えが始まるため、景気は悪くなる。
		スーパー（店長）	・食品部門では、東日本大震災の影響により、野菜が高騰するほか、原子力発電所の放射線問題により桃が壊滅予想となっている。衣料品部門では、津波の心理的影響で着用の不振、お祭りの自粛で浴衣の不振が見込まれる。住余部門では、母の日の花関連のギフトなどが不振になる。これらのことから売上の苦戦が予想され、今後の景気は悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後の景気に対する不安により、余計な消費を控える傾向が強い。また、自粛ムードの高まりから、アルコール販売量が低迷することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの納品が一時休止になるなど、東日本大震災の影響で商品の安定供給が難しくなっているため、今後については悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響を受けて、今後、景気が良くなることは絶対なく、悪くなっていく。
		家電量販店（地区統括部長）	・家電エコポイント制度が終了して、テレビ・冷蔵庫といった大型家電の落ち込みが懸念される。また、東日本大震災の影響も懸念される。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災の影響で、経済全体が自粛傾向にあるため、今後については悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油高騰による石油製品の価格高と東日本大震災の影響で節約志向に拍車がかかる。
		高級レストラン（スタッフ）	・自粛ムードの高まりで、当分、飲食店利用が控えられるため、状況は好転しにくい。
		高級レストラン（スタッフ）	・現在の状況からは今後の見通しが立たない状況にある。
		一般レストラン（スタッフ）	・兵庫県南部地震の時は2か月たって、売上、来客数が回復したが、今回は原子力発電所の事故処理の見通しが立たない状況であるため、いつまで影響が続くか全く見当も付かない。
		スナック（経営者）	・復興がいつごろになるか分からない間は、現在の悪い状態が続くため、今後については悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災と原子力発電所事故の影響で数か月先の予約のキャンセルが大量に発生している。また、数か月先の新たな予約客もないため、売上の見込みが立たない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災による原子力発電所事故の影響により、旅行マインドが低下しており、予約の取消し、申込控えがみられるため、今後については悪くなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災後の復旧、原子力発電所の問題など、国家的に大きな問題を抱えることになり、当分はタクシーの利用客は激減したままとなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の1週間後くらいから非常に景気が悪くなっており、今後も地震の影響が続く。
		タクシー運転手	・東日本大震災以降、当地でも非常に自粛ムードが高まっており、不景気に追い打ちをかけている。景気はすこぶる悪くなっており、今後も景気は悪いまま推移する。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響がまだまだ続く。
		観光名所（役員）	・今後に向けては、原子力発電所の放射線問題の終息と東日本大震災の被災地のライフライン、交通インフラ等の復旧が鍵になるが、現時点ではいずれも長期的な視点で考えざるを得ないため、今後も景気は悪くなる。
		観光名所（職員）	・東日本大震災及び原子力発電所問題等により、海外からの集客はほとんど望めない。また、国内客についても、節約傾向や景気の後退などから、利用者が大幅に減少する。
		美容室（経営者）	今後、東日本大震災の影響が出てくる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・東日本大震災後、ゴールデンウィーク以降の観光最盛期の予約でもキャンセルがすでに発生しており、今後の予想が困難な状況となっている。
設計事務所（所長）	・最終的な東日本大震災の影響がどの程度のものになるかは分からないが、資材調達ができないなどの影響もあるため、建築関係はしばらく停滞することになる。		
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響はかなり大きい。地震後、モデルルームへの来客数は大きく減っている。また、マンション購入の延期やキャンセルも出てきている。客の購買意欲はかなり低下してきており、今後の販売活動に悪い影響が出ることになる。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		家具製造業（経営者）	・東日本大震災前の回復基調には戻らないにしても、全国的には、西日本の自粛ムードからの脱却の動きにリードされる形で幾分景気は良くなるとみられる。
		金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興特需による受注が見込まれる。
		建設業（経営者）	・2～3月にかけて補正予算やゼロ国債による工事が発注されており、手持ち工事ができて、マインド面が若干好転してきている。また、建築工事についても徐々に引き合いがみられるようになってきている。ゴールデンウィーク明けから、工事が動くこととなるため、今後についてはやや良くなる。ただ、東日本大震災の影響で建設資材が一部入荷しなくなっており、資材価格等の高騰が懸念される。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・東日本大震災の復興事業が動き出すことにより、受注の拡大が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・東日本大震災の影響で値上げがまん延するとともに品不足の状況が見込まれるため、仕事を受注しても、材料、部品等が手に入らず、納期が間に合わせるためにコストを度外視した仕事をせざるを得ない状況となる。ただし、時間がたつにつれて、需要と供給のバランスが正常化することで、収益改善につながるようになる。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・東日本大震災の影響で混乱しており、どのように変化するか見通せない状況にある。原材料事情の変化も今後大きな影響を与えることになる。
		金属製品製造業（役員）	・見積などは前年よりも多くみられるが、東日本大震災の影響で、発注遅れを含めて、受注量・販売量ともに厳しさが増すことが懸念される。
		司法書士	・土地取引や建物の建築着工がやや増加傾向にあり、今後もこうした傾向が継続する。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・東日本大震災の影響がどう出てくるのか先が見えない状況にある。
	やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）	・東日本大震災や原子力発電所問題の影響が、長期にわたるとみられることから、今後の景気は悪くなる。
		金融業（企画担当）	・東日本大震災の影響が大きい。観光関連や個人消費の大幅な落ち込みが懸念される。ただし、復興の兆しがみられるようになれば、建設需要や北海道の農水産物の出荷増が表面化することになる。
		司法書士	・東日本大震災の復旧に時間とお金がかかるため、買い控えがすぐに解消することにはならない。復興費用のねん出で増税が行われるとの話も出ているため、景気回復が更に遅れることになる。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（従業員）	・今後、東日本大震災や計画停電の影響が出てくる。
		建設業（従業員）	・東日本大震災の影響で、建設資材の調達が滞り、着工間もない現場では現時点で2～3か月の遅れが見込まれている。工事発注が増加する時期に向かっても、業界の受注意欲がそがれ、ますます不況に陥る恐れが高まっている。
		輸送業（支店長）	・ただでさえ北海道は公共事業が減っているが、東日本大震災の影響で東北地方に公共事業が相当まわされ、北海道の公共事業が更に減ることが懸念される。また、当社が主力としている関東向けのフェリー航路も、ひたちなか地区が壊滅状態となっていることから、便数が相当減っており、荷物がさげなくなることで、売上が相当減ることになる。さらに、被災したメーカーからの品物も品薄状態にあり、北海道に入ってくる荷物も減ることになり、上期は非常に厳しい状況となる。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災による被害額はまだ計られていないが、経済活動への打撃が確実にあるため、しばらくの間は景気下降が避けられない。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告の出稿状況をみると、徐々に回復傾向にあるため、来月以降は持ち直し、前年並みの売上が見込める。
		職業安定所（職員）	・月間有効求職者数は0.3%減少し、10か月連続で前年を下回った。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響で流通業、観光業、飲食業、通信業へとマイナス要因が拡大することになる。さらに、心理的にも消費、外出を控える動きがあり、地震の影響のない北海道においても景気の先行きに不安が広がることになる。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響により景気が悪くなる一方で、建築・物流系の企業が忙しくなるため、プラスマイナスゼロの状況となる。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・農畜産を基幹とした地域の生産性の頭打ちに加えて、東日本大震災の影響により、本州方面への求人が停滞する。今後については、ボディーブローのように影響が出てくるのが懸念される。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・東日本大震災により、建設業での求人増が予想されるが、その他の道内の各業界にはマイナスの影響が生じることになる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・東日本大震災からの復興に向けて、建設土木・運輸・福祉介護関連等の事業所の求人が活発になることが見込まれる。また、中国人労働者の帰国により、飲食業系の求人増や、北海道での人材不足補充のための求人増が見込まれる業種もあり、北海道から元気にという意識が高まっていけば、短期的には落ち込むものの、求人における地震の影響は最小限に抑えられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の影響により、すでにサービス業を始めとした業種で、業績不振から、道内における入社時期の繰り下げ等の措置が取られている。事態の悪化が徐々に鮮明になることで、今後、こうした事例が更に増えることになる。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災により、地域の基幹産業である観光、水産加工業等において、今後、波及的な影響を受けることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災による影響がすでに出ており、基幹産業である水産業、観光の雇用が先行き不透明となっている。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・これ以上悪くなりようがなく、必ず復興する。
		タクシー運転手	・東日本大震災による災害のために、客も街には出てきておらず、仕事もできない。また、ガソリンを求める客でスタンドには長蛇の列ができています。この状態が続くとは思えないので、現在の状態は改善し、景気は今よりは良くなると予想される。
		美容室（経営者）	・東日本大震災により今が底なので、これ以上落ちることはない。
	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・東日本大震災後、ある程度落ち着くまでは悪い状態が続くが、衣食住の方向が見えてくれば、一時的に消費は戻ってくると予想される。しかし、その後は低迷が続くのではとの懸念もあり、原子力発電所の事故の収束と政治の舵取りが大きなポイントになる。
		百貨店（販促担当）	・東日本大震災の反動で、春物に後倒しの動きが出てくるのが推測される。ただし、この地震による減産、品薄によって、夏物商戦やクリアランスに影響が出るのが懸念される。
		スーパー（店長）	・品薄の傾向はしばらく続くことが予想されるが、食料品の販売は良くなると見込んでいる。
		コンビニ（経営者）	・物流が正常化すれば、若干持ち直す予想されるが、ここ数か月は景気の悪化は避けられない。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月先は、店舗建物や商品供給に関するインフラ復旧も進み、営業環境はかなり改善すると思われるが、東日本大震災の被害が甚大かつ広範囲にわたっていることを考慮すると、客の消費回復には相当の時間を要し、絶対的な意味で良くなるとはいえない。
		衣料品専門店（店長）	・現状はとても厳しいが、徐々に回復に向かうと予想される。節電などの協力をしながらみんなで頑張れば、消費意欲も高まってくる。
		乗用車販売店（従業員）	・今はガソリンが手に入らず、物流が滞っているので景気は悪いが、2、3か月先には物流が回復し、少しは景気が良くなると予想される。
	変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災の影響で買占めに回ったり、被災地に物を送ったりということで物は動いているが、通常の買物の仕方は変わらないため、良い方に向かう傾向は見られない。
		スーパー（店長）	・物流の回復は見通しが立たず、厳しい状況が続くことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災によりこれまでに経験のない状況となっており、先の見通しが全く立たない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・東日本大震災により原油価格は急騰しているが、流通さえ整備されれば、景気が上向くことも考えられる。3月より悪くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響により、取引先や運送業では売上の大幅な減少が見込まれる。また、被災地では企業の採用取消が懸念されている。そのため、景気回復には時間を要し、元の状態に戻るには1年以上かかると予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災による計画停電は今のところないが、実施されれば開店業務に影響を及ぼし、少なくとも半日、場合によっては終日、開店休業を余儀なくされる。
		家電量販店（店長）	・当面、経済情勢は良くならない。
		家電量販店（店長）	・東日本大震災による被害の復興がどの程度進むかによって、景気の回復度合いも変わってくる。
		乗用車販売店（経営者）	・2、3か月後くらいには、経済を回復させるため、現在控えているイベントなども行われるようになるかと予想している。
		住関連専門店（経営者）	・復興の方に資材関係が流れていくことにより、原材料等が入らなくなり、一般の住宅の完成が遅れてくる。我々家具の方にもしわ寄せが来ることが予想されるため、この先2、3か月は変わらない。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋の話でも、来客数が少なく売上に困っているようで、最悪の状況が続く懸念がある。
		一般レストラン（経営者）	・結婚式や貸切パーティーなどすべてがキャンセルとなっており、見通しが全く立たない。現在は底の状態であり、これ以上は下がりようがないという意味で2、3か月後も変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・必要なものをそろえることで物が動き、多少は景気が良くなると思うが、東日本大震災からの復興は2、3か月では難しく、根本的には変わらない。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンの真っ最中だが、予約の8割がキャンセルとなっており、厳しい状況である。ただし、ばらばらと予約が入りつつあるので、少しずつ良くなっていくのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災、津波及び福島第一原子力発電所の事故の影響で、先の見通しが立たず不安である。年単位での復興になるかと思うが、日本という国が大きく変わるチャンスととらえたい。企業にも同じことがいえるかもしれない。
		タクシー運転手	・ガソリンがないため、当社でも会社に出てくる人が少なくなっている。2、3か月後も現在の状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・客の購買心理は自粛ムードであり、このような状況は当面続く。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災からの復興の進捗状況による。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響で全く先が見えず、本来の仕事にいつ戻れるか分からない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・東日本大震災に直面し、ライフラインの復旧と余震の心配がなくならないことには、先の見通しが立たない。
	やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・3月に売れなかった反動で一時的に4月は良くなるかもしれないが、東日本大震災の影響はまだ大きく残ることが予想される。
		百貨店（経営者）	・消費マインドの低下により節約志向は一層強まり、不要不急のものは買い控えると予想される。また、企業業績の悪化により個人所得も低下する。
		百貨店（経営者）	・東日本大震災からの回復は、小売業、特に百貨店が最後なので、日常の食品や生活消耗品以外のぜいたく品の回復は当面見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・今のままでは希望が見えないので、景気の失速は避けられない。東日本大震災による職場喪失、工場倒壊、建物、設備及び機器類損壊で、事業の稼働率は落ちる。また、雇用調整も始まる。失業保険の給付期間の問題もあるが、このままでは失業者が増加し、消費の失速により景気はますます悪化する。被災地復興と被災者の救援、インフラ整備事業の早急な実施を期待したい。特に、福島第一原子力発電所の事故の早期収束とともに、放射線漏れによる広域な農産物の出荷及び摂取制限を一律で括らず適正な法改正が必要である。計画停電による営業、生産活動への制約も極めて深刻である。知恵を出して復興への投資に結び付くような政策を期待する。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災後は、商品供給体制の回復に目途が立たないため楽観できない。
		コンビニ（エリア担当）	・先行きが不安定なため、より一層の節約志向が続く。商品に関しても、販売構成比が高い国産たばこの数量が確保できないため、来客数は2、3か月は戻らないことが予想される。
		家電量販店（店長）	・東日本大震災の影響が出てくることが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカー工場の生産再開の目途が立たないなか、状況は更に悪化することが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・被災地とは異なり、東日本大震災による直接の影響はないものの、買い控えなどが増えることを懸念している。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災の影響により、4～8月ごろまでの予約について取消や日程変更の電話があり、8割方が取消の電話となっている。先の見通しが立たない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響により、3か月先は見通しが立たず、景気は悪化する。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で景気が更に低迷する懸念がある。
		美容室（経営者）	・燃料の値上げに伴い、パーマ液等も値上げしているなかで、客への価格転嫁は難しく、景気は悪化する一方である。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で、この先、年単位で不景気となることが予想される。
		商店街（代表者）	・現在、ガスは停止しており、JR等の交通機関も完全復旧していない。食品やガソリン等、物流が徐々に回復に向かっているが、それでも相当厳しい状態が続くことが予想される。
		商店街（代表者）	・当地域では、新幹線開業記念のイベントが多く予定されていたが、東日本大震災の影響でキャンセルが相次いでいる。このような状態が長期化するのではないかと懸念している。
		商店街（代表者）	・商品の流通が回復せず、雇用も減少しており、見通しは暗い。
		商店街（代表者）	・集客のためのイベント自粛など、目立った施策が打ち出せず、弱含みの動きになる。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・東日本大震災の影響で営業店舗稼働率が低下していることに加え、ガソリンの供給や電力の復旧がままならならず、物流に支障をきたしており、相当な日数がかかっても、どこまで復旧できるか分からない見通しとなっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・当店は売上の多くをたばこが占めているため、たばこが入荷しないことには改善しない。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・燃料関係や物資の需給がある程度戻ったとしても、今後、どのような事態が起こるかが問題である。前年比70%までの回復が精一杯と予想される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災により、繁華街も一部危険区域となったり、古いビルに修理が入ったりしている。また、現在もガスが来ておらず、復旧には非常に長い時間がかかることが予想される。夕方から夜にかけての人出も全然なくなっており、景気は悪くなっていくことが予想される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、企業の解雇も広がるだろうし、計画停電は今後も続けられることが予想される。何を見ても経済が悪化する要因ばかりで、国の経済状況は下落傾向にあると思われる。さらに東北地方は、混乱とともに疲弊に拍車がかかり、地震前よりも一段と悪化することが懸念される。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災の影響が大きく、先のことは全く見えず、不安な状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔雑貨〕 (企画担当)	・計画停電や福島第一原子力発電所の問題、電車が正常に動かないことなどにより、将来に対する不安も起きている。そんななかで、個人消費は再び厳しい局面に入っていくかざるを得ない。
		百貨店 (売場主任)	・客はまだ買物をする気にはなれないと思われ、特に衣料品は買い控えが加速する懸念がある。今後どうなるか見当がつかない。
		百貨店 (広報担当)	・東日本大震災の復興にはかなり長い時間を要する。
		百貨店 (営業担当)	・顧客が通常の生活に戻るまでの期間、物流が正常に戻るまでの期間が不透明のため先が読めない状態となっている。今後はしばらくは顧客の購買意欲が上がる要素はなく、商品の動きは生活必需品を中心とした動きにとどまると思われる。
		百貨店 (経営者)	・売上レベルが回復せず、持ちこたえられない業種や企業が續出することが予想される。
		スーパー (経営者)	・沿岸部、内陸部共に流通店舗が壊滅状態にあるのに加え、ガソリンの供給状況も非常に悪化しているので、購買力は低下する。壊滅状態の店舗が元の状態に戻るまでは1年近くかかることが予想され、年内は現在のような状況が続くことが予想される。
		スーパー (経営者)	・地震、津波、さらには福島第一原子力発電所の事故の影響で、先行き不安による買い控えが更に深刻になることが懸念される。
		スーパー (店長)	・東日本大震災の特需は落ち着いたが、メーカーなども被災しており、復旧には大変な時間を要する。今後は必要なものを必要なだけ供給できない場合も多くなることが予想される。命は助かって、住まいや職場を失った人も多く、景気はますます冷え込む。
		スーパー (店長)	・東日本大震災による影響が出てくることが予想される。
		スーパー (販促担当)	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故の影響で商品の入荷が不足しており、交通機関を含むインフラの復旧が進まなければ、景気回復には相当の時間を要する。
		コンビニ (経営者)	・今後、ガソリン等の燃料や農作物の価格の高騰が続けば、景気はますます悪くなっていく。
		コンビニ (経営者)	・就労時間の短縮により、当店のアルバイトも1人当たりの働く時間が50%近く減っている。また、客の話を聞いても、まだ仕事に就いていない人が大半である。今後も就労時間の短縮や、働き口がなくなる人が出てくる公算が大きい。したがって、消費の低迷が続き、景気は悪くなる。
		コンビニ (エリア担当)	・被災した店舗を復旧するには多額の費用と時間を要し、先は全く見えない。
		コンビニ (エリア担当)	・今後、東日本大震災の影響がどのように出てくるのかは不透明である。壊滅的な被害を受けている地域もあるなかで、客の動きもこれまでとは全く違くなることが予想され、先行きが見えにくい。
		衣料品専門店 (経営者)	・東日本大震災のショックが癒されるまで、洋服などし好品に対する購買意欲は全くわかないことが予想される。
		衣料品専門店 (店長)	・いろんな意味でダメージを受けている時期なので、消費が活発になるとは思えない状況である。少しずつ回復してくるとはいえ、3か月くらいでは目途が立たないのではないかと予測している。当店も大きな改装をしたり、店舗の養生しながら客の景気回復を待つことになると思うが、回復には半年から1年くらいかかるのではないかと認識している。
		衣料品専門店 (店長)	・東日本大震災後は生活必需品関係を中心に動いており、衣料品に目が向けられるのはもっと後と思われる。特に嗜好性の強い商品は従来のような動きは見込めず、今後の見通しは厳しい。
		衣料品専門店 (店長)	・東日本大震災により、ビジネスマンの購買モチベーションが大幅に低下することが予想される。
		乗用車販売店 (経営者)	・燃料不足で適切な手段が講じられず、社員並びに客の救援を含め、ほとんど手つかずの状態となっている。この状態はしばらく続くことが予想される。初動段階における国の対策に憤りを感じている。また、復旧に向け、対策を実行に移しつつあるが、現状では全く目途が立たず、経営の根幹を揺るがす事態となっている。あえていえば、復旧、復興に向けた需要の発生が予想されるものの、これからはリーマンショック直後以上の落ち込みが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・発注済みの車両の入荷見込みが立たない。
		乗用車販売店（経営者）	・物流の完全復旧はまだ遠く、見通しも立っていない。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災で建物に被害を受けたが、それに加え、間接被害の影響が出てきているため資金的に大変な状況となっており、この後も売上が減少するのは確実である。すべての消費が停滞している悪循環は政治の力でしか断ち切ることができないのではないだろうか。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・新年度の動向をつかみきれないなかで、地方では購買意欲はあるものの、東日本大震災及び津波災害のダメージにより、消費者のお金の使い方はシビアにならざるを得ない。客の欲しい商品が不足して売れない状態であり、悪い方向に回転しはじめている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今の状況では全く見通しが立てられない。いつになれば東日本大震災前の状況に戻るのか、人が動くようになるのか全く分からず、閉店を余儀なくされる飲食店が多数出てくることが懸念される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災の影響により自粛ムードが広がっていることに加え、福島第一原子力発電所の事故で人の流入が東北全体で激減することが予想される。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・この2～3か月では通常の生活には戻れない。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・東日本大震災後、月末に向けて少しずつ落ち着きを取り戻してきているものの、今後しばらくの間、仙台を中心とした東北の被災地の需要はほとんどないと考えられ、長期にわたって厳しい状況が続くことを覚悟しなければならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災の復興需要が出るかどうか福島第一原子力発電所の復旧次第のため、先が見えず、現時点ではとてもではないが良いほうに向かうとは考えられない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・福島第一原子力発電所の事故の影響による風評被害がかなり多くなっており、再建の見通しが立たない。政府が早い対策を打たなければ立ち上がることができないような状況となっている。福島第一原子力発電所は国が認めて建設されたわけだから、責任をもって行動してほしい。
		高級レストラン（経営者）	・見通しが全く立たない状況である。劇的な回復は考えられない。
		高級レストラン（支配人）	・休館が長引けば雇用の問題も発生し、福島第一原子力発電所の事故の風評被害も広がり、事業所を撤退する企業が出てくることも予想される。東日本大震災発生前の状況に戻るには数年かかり、戻らない可能性も大きい。
		一般レストラン（経営者）	・当店は23日より営業しているが、交通機関やライフラインが復旧していないため、来客数はかなり少ない。このような状況から、経済もかなり悪くなることが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・周りには小さな会社や個人で仕事をしている人も多く、廃業に追い込まれる人が出てくるのが予想される。そういった状況のなかで、ここ2、3か月は最悪の状態となることを覚悟している。
		一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災の影響で財布のひもはますます固くなり、更に景気が悪くなるのが予想される。
		一般レストラン（支配人）	・ある程度復旧したとしても、自粛ムードが強い飲食業は、客足がなかなか戻らない状況が続くと予想され、売上が元に戻るまでには相当な時間を要する。また、解雇や雇止めがあちこちで聞こえ始めており、東日本大震災の影響で雇用状況が更に悪化する。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・東日本大震災の影響で商品が潤沢に入っていないことに加え、市内中心部のほとんどの店で閉店時間が早まっており、売上が落ち込んでいる。この先も節電が必要な状況が続けば、景気はますます悪くなっていく。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響がどのように出てくるか予測できない状況である。今後あらゆる対策をとっていきたいと考えているが、風評被害により観光客が来るようになるか不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・相当期間、観光客の入込は望めない。東日本大震災に加え、福島第一原子力発電所の事故により関東以南からの客も期待できない。また、宿泊はもちろんサービス関連事業は相応な売上減で、資金繰りの極端な悪化による従業員の解雇も始まっており、地元の経済的な打撃はとて大きく、長期化することが予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・東日本大震災からの復興の見通しがつけば、国内旅行は動き始めると思われるが、福島第一原子力発電所の事故に関しては、安全宣言が出るまで旅行ムードは回復しない。また、事故により、数年間、インバウンドは期待できず、東北地方そのもののイメージが悪くなる懸念がある。
		都市型ホテル（経営者）	・婚礼などでもキャンセルが相次いでおり、東日本大震災により消費マインドが極端に落ちている。加えて、JRの復旧が4月中とはなっているが、はっきりとした目途が立っていないなど、交通網の麻痺は続く。また、福島第一原子力発電所の事故により当地域で開催される予定のものがほとんどキャンセルとなっており、大変厳しい状況となっている。事故の風評被害により、景気の更なる悪化は避けられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先、確実に物資が入ってくるとはいえず、来客数の減少が止まらず、宴会もなく、婚礼もなく、今以上に悪くなるのではないかと心配している。2か月くらいでは回復せず、回復は夏前くらいになるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災により、売上が大きい一般宴会が自粛傾向にあり、今後も新規受注は望めない。レストランや宿泊だけではこの先厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在、先々の予約についても確認しているが、当面の間、利用の可能性も少なく、先の見通しは立たない。
		旅行代理店（従業員）	・復興の状況が全く不透明であり、兵庫県南部地震や新潟県中越沖地震の際の状況を見ても、この先6か月くらいは客は戻ってこない。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響が一段落し、レジャーにお金が回ってくるのはまだ先になる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響は大きく、先行きをどうこういえるような状況ではない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響でますます不景気になる。雇用不安、先行き不安などがある限り、経済が上向くことはない。
		通信会社（営業担当）	・復興の見通しが立っておらず、厳しい状況がしばらく続く。
		観光名所（職員）	・団体の予約もなく、自粛ムードが解けない限り、現在の状況からは抜け出せない。
		観光名所（職員）	・東日本大震災による悪影響は数年に及ぶ可能性がある。
		遊園地（経営者）	・東日本大震災の被害に福島第一原子力発電所の事故が加わり、景気の回復にどれくらい時間がかかるか見通せない。学校、団体のキャンセルも相次いでいる。当面は企業防衛をしつつ存続を図っていききたい。
		競艇場（職員）	・東日本大震災の影響が続く。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・全く先が見えない。特に、福島第一原子力発電所の事故はその後の流通にも大きな影響があると予想される。		
住宅販売会社（経営者）	・国が発注済みの工事及び発注予定の工事がすべて中止もしくは延期となっている。今後も公共工事全般で同じ傾向が想定される。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災による需要不足は徐々に改善すると予想される。
	建設業（従業員）	・建設業の東日本大震災による特需を期待している。	
	建設業（企画担当）	・今後は東日本大震災からの復興に伴う工事が中心となる。	
	金融業（広報担当）	・東日本大震災からの復興に向けた動きが徐々に本格化する。	
変わらない	土石製品製造販売（従業員）	・東日本大震災のため、建設関係の発注が急遽発生しており、今後、復興に伴う設備事業が多くなる見通しである。	
	建設業（経営者）	・工事は増加傾向にあるが、資材の納期不明や値上がりが出ており心配している。	
	通信業（営業担当）	・好況へ向かう要素が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響で、全国的にし好品の消費が落ち込んでいくことが予想される。燃料や原料の値上がりの影響で収益面でも一層厳しくなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災により、生産量及び需要が減少しており、すべて悪い方向にシフトする。
		金融業（営業担当）	・先の見えない状態が続く。
		司法書士	・不動産取引の多くは、東日本大震災により中止もしくは延期される。
		金属工業協同組合（職員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故、計画停電等で、製造業の稼働が減少、停滞しており、正常化にはなお時間を要する。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・福島第一原子力発電所の事故により、当地域の農産物が放射性物質に汚染されたと全国に報道されているため、今後、果物も風評被害で売れなくなるのではと心配している。
		農林水産業（従業者）	・東日本大震災の影響で、農機具用の燃料調達に支障がある。また、放射性物質の汚染による風評被害についても予断を許さない。
		食料品製造業（経営者）	・2、3か月では、東日本大震災の影響で減った当地を訪れるビジネスマンや観光客といった主要な客が戻る見通しは立たない。
		食料品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興には相当の時間を要する。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材は、東日本大震災の影響による関連製造ラインの立て直しのためバランスが崩れ、販売量、収益共に、今後3か月程度は悪化する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・一時的な復興特需はあるだろうが、全体のパイが小さくなっているため、売上は大幅に減ることが予測される。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東日本大震災の影響で廃業あるいは避難している取引先もあり、今後、仕事はなかなか戻らない。また、原材料の紙が入ってこないため、生産活動ができない状況が続く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、東日本大震災により4月以降の売上が激減することが予想される。先の見通しが全くたない状態である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・中小企業が再建を模索するなか、取引先の変更を通告され、立ち行かなくなる企業が増えることが予想される。
		輸送業（経営者）	・市内の工場、荷主の回復、操業再開に数か月を要するため、その間の当社の営業収入は4割以上減少する見込みである。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故による影響で経済活動が低迷する。
		広告業協会（役員）	・今後の復旧状況にもよるが、広告需要の回復には相当の時間を要する。業界挙げて復興支援キャンペーンを実施し、経済活動の早期立て直しを図りたい。
		広告代理店（経営者）	・携帯電話など、いわゆる通信以外は福島第一原子力発電所の状況を見ている状態である。東北地方の広告業界において、過去に経験したことのないオーダーストップの状態となっており、先が見えない。
		広告代理店（経営者）	・デスティネーションキャンペーンなど、広告の自粛は続く。また、来年に行われる予定の同様のキャンペーンも、開催が正式に決定されていない。
		経営コンサルタント	・2、3か月では復興の緒にも就けない。
公認会計士	・東日本大震災による影響をクライアントに聞いてみたが、ここ2～3か月は売上が上がらないだろうとの声が多い。		
コピーサービス業（経営者）	・東日本大震災のため、2、3か月先の景気の状態は予想がつかない。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・被災地はもとより、首都圏における計画停電やイベント等の自粛ムードのため、一般的な業務用市場において、今後しばらくは大幅な需要の縮小が予想される。		
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・東日本大震災により、取引先の工場では建屋及び製造工程内に被害が発生し、工事業者やベンダーによる補修、修理等を急いでいるものの、材料等の入荷が遅れ復旧工事はなかなか進まない。また、節電要請等もあり、地震発生後から工場従業員の5、6割は自宅待機の状態、生産は一部のラインに限られている。そのため、元の生産量に戻るには相当な時間を要する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響であらゆる消費が活発になってきているなかで、当面は復興支援と相まって人材需要の高まりが予想される。
		人材派遣会社（社員）	・水産加工業や石油卸など沿岸部に拠点を持っている企業の復旧はかなり長期化することが予想されるが、それ以外の企業については、事業の被害の全体が把握できたところから求人活動が再開される可能性が高い。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の復興特需が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・多少は回復するが、東日本大震災前の状況まで回復するのは難しい。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人は引き続き増加基調で推移するが、東日本大震災の影響を受けた事業所もあり、企業間格差が生じる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響の出方が業種により異なり、先行きは不透明である。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で、被災地だけでなく直接被害のなかった地域でも、宿泊業等で人員整理等の雇用調整を実施する事業所が増えており、このような状況がしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で4か月連続で減少となり、月間有効求人数は3か月連続で減少している。有効求人倍率はわずかずつの減少傾向に一服感が見られるが、今後の動向については予断を許さない状況である。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響による雇用調整の動きは当面続く。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災により、当社の派遣社員数人が亡くなっている。また、派遣先企業の多くがいまだ業務正常化に至っておらず、極端に悪くなる。
・東日本大震災からの復旧には相当の時間を要する。			
アウトソーシング企業（社員）		・東日本大震災による大きな災害の後では良くなるわけがない。	
求人情報誌製作会社（編集者）		・東日本大震災の影響が続く。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・2、3か月で回復するような状況にない。一部の飲食店や流通で細々ながら開店はしているが、本来の姿ではない。水産業は壊滅し、津波による塩害で稲作等にも大きな影響が出ており、メーカー等も壊滅状態となっている。さらに、福島第一原子力発電所の事故が追い打ちをかけている。いわゆる産業等が活性化しない限り、求人を含め、景気回復は当面見込めない。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・東日本大震災による影響は計り知れず、売上見通しが全く予測できない。福島第一原子力発電所の事故の今後の展開にもよるが、新年度上期は前年比50%程度が見込まれる。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・東日本大震災での甚大な人的、物的損害により、県内経済は大打撃を受けているため、景気は想定できないほど悪化する恐れがある。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・東日本大震災による影響は予想できないが、景気は悪化する。	
職業安定所（職員）		・それぞれの担当窓口には、東日本大震災による事業所閉鎖の情報が入ったり、雇用調整助成金の問い合わせが殺到したりしている。	
職業安定所（職員）	・東日本大震災以降、雇用調整助成金等の相談が増大している。		

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	家電量販店（店長）	・徐々に東日本大震災の復興需要が出てくる上、7月24日のアナログ停波に向けての駆け込み需要が出てくる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・地上デジタル放送対応テレビとエアコンの販売等に対して期待できる。
		スーパー（総務担当）	・今が最悪の状況のため、今よりは良くなるが、前年比で見ると相当悪い。
		コンビニ（経営者）	・商品等の入荷が今よりも安定すると思われるので、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・災害の影響で会社が無くなったり、職を失ったりする人も回りに出ているが、逆に復興のためにいろいろと企業が動いているところもあって、ある程度活性化する面もあるので、やや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（副支店長）	・東日本大震災の影響により、今月は最悪の状態であるが、政府、民間一体となった復興施策により、現状からの好転は望めると思う。ただし、福島第一原子力発電所の後遺症は一定程度後を引くと考えられるので、その動きは鈍い。
		遊園地（職員）	・東日本大震災発生から数日が経過したものの、計画停電や余震が続いており、レジャー関連施設への出控え傾向は継続する。しかし、2～3か月先は地震の発生した今年よりは回復傾向に向かう。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （店長）	・休業中でも営業再開を待つ問い合わせの電話が多く入っており、営業が再開できれば期待はできる。ただ、電力不足の問題が続く限りは、営業時間短縮や節電対応などの協力が必要となるため、難しい営業状況となる。
		設計事務所（所長）	・少なくとも建設業界はこれまでの低迷を多少脱却するものと考えられる。また、この業界の裾野が広いことから、全体の景気も多少上向く。
	変わらない	百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災による消費マインドの低下は当分続く。また、計画停電による営業時間の縮小も消費低下に拍車を掛けている。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災で発注制限がかかったり欠品続きだったり大変で、不況になるか特需になるか、今ほど売人が試されているときはない。また、たばこの出荷制限が始まればたばこ特需が発生するなどよく読めない中で、何の在庫をどのくらい持ったら良いのか判断するのが大変難しくなってくる。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月では製造業等の回復が望みにくい。
		衣料品専門店（店長）	・福島第一原子力発電所の復興次第なので先は読めないが、消費者の心理は安定していない。
		家電量販店（営業担当）	・計画停電もあり、被災地以外でも活動に時間がかかる状況になる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今回の福島第一原子力発電所の事故と東日本大震災はあまりにもことが大きすぎて、観光地が復活するかどうか分からないため、2～3か月先の周辺観光地やホテル業関係の景気は全く読めない状況である。客に車を買う意欲が無く、来店しないため、悪い状況は2～3か月だけでなく、もっと続く。
		通信会社（総務担当）	・災害などの影響により、一部商品に消費が殺到し、偏っている状況が長期化しそうである。
		通信会社（局長）	・東日本大震災復興、福島第一原子力発電所問題の行方等、不安要素が多いなか、節電などの節約ムードが広がっており、短期的な景気改善の期待は薄い。
		ゴルフ場（業務担当）	・東日本大震災の後、建物及びコースには被害は無かったが、客の心理的影響が大きく、取り込んでおいたコンペの大半がキャンセルになっている。現在は被害の無かった人がほそぼそとプライベートのゴルフをやっている状況である。4月は取り込みのなかで半減しているので、コンペ自粛のムードが一扫されないと上向きは期待できない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・夏のキャンプ用品として注文しておいた寝袋が全部東日本大震災地域への物資優先のために品不足になっている上、買い控えも予想される。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・エコポイント制度が終了し、アナログ放送停止を目前に最後のテレビの売上拡大を図りたいところであるが、東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響がどこまで響くのか予測できない。偏った消費がなくなることを願いたい、製造元の再開が出来ない事には売りたいものも売れないので全般に鈍い状況になる。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の影響でまだまだ消費意欲は下がって行く。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の影響がまだまだ当分続き、非常に厳しい状況である。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災と放射線の問題で消費マインドが冷えていて、すぐには戻ってこない、若干売上等は落ち込む。
		スーパー（店長）	・現在、消費者が買いだめした商品が使われきるまで非耐久消費材は厳しくなる。復興に向けての需要を期待する場合でもない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・電力問題が解決するまでは節電になるので、景気は非常に良くない方向に向かっている。商品はいつそろうのか、あるいは物流関係はいつ整うのかが問題で、今回の被災状況のなかでは先行きは非常に良くない。
		スーパー（統括）	・東日本大震災と異常気象による農産物価格の高騰と加工食品の品不足が予測され、中東情勢に端を発する原油価格の高騰によるガソリン、灯油の値上げも相まって、消費意欲にブレーキが掛かることが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災に伴う福島第一原子力発電所事故の放射線の影響が非常に計り知れないため、何が起こるかまだ全然分からない状況なので、結構影響を受けることが懸念される。やはりいろいろな面で、今のようにはなかなかうまくいかない。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災による町全体への被害が大きいので、生活が質素になる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災後の社会不安によって消費行動が停滞し、計画停電で北関東への観光客は大幅に減るので、売上が大きく減るのではないかと心配している。
		コンビニ（店長）	・今世の中がこういう状況なので、あまりぜいたくな物は控えるようになってくる。当店はコンビニなので消え物や生活必需品の分では若干持ち直すとは思いますが、今よりはやや悪くなってくる。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災は当地でも震度6強を記録し、各事業所はもちろん、個々の客の自宅建物や室内の被害も甚大である。また、福島第一原子力発電所の半径100キロメートル圏内にあることや計画停電は客の消費意欲を大きく減退させている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の販売があまり見込めない中、程度の良い中古車中心の営業となるが、車両確保もかなり難しい状況が続く。
		スナック（経営者）	・先行不透明で何とも言えないが、悪くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の災害に伴い、インフラ及び食料等が規制され、産業界への影響が出て来ている。
		旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所問題が長期化しているため、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響が大きい。
		通信会社（経営者）	・計画停電による業務の一時停止が長期間続くと様々な業務に影響が出て、先行き不安による消費の引き締めが一層強まる。
		ゴルフ場（副支配人）	・3月11日の東日本大震災以来、現在までずっとキャンセルが続いており、キャンセル件数は約140件ある。これから先、どういう風に地震の影響があるか分からず、先の見通しが全く付かない。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴルファーのマインド低下から、コンペ開催がなくなっている。当コースは地元客中心のため、予約状況はほぼ前年並みを示している。コンペ開催組にはチャリティーコンペを勧め、東日本大震災の義援に協力してもらっている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・東日本大震災と計画停電による一種の特需状態により異常な数字が出ているが、あくまでも特別なことであり、これが落ち着けば元に戻る。
		その他サービス [清掃] (所長)	・東日本大震災の影響で給料等の削減も報道されており、厳しい状況が続く。
		その他サービス [立体 駐車場] (従業員)	・客がいろいろな物を買占め、ガソリンもなく、電車もまだ不通で移動の方法も確立していないため、今後客数が増える予想は立てにくい。また、売上も3～4割減という相当なダメージを予想している。
		住宅販売会社 (従業員)	・東日本大震災により、今後、景気が減速することは明らかと皆が考えており、建物新築の意欲は全く感じられない。復興需要はもう少し先である。
	悪くなる	商店街 (代表者)	・東日本大震災の後遺症として、各種イベントの自粛や夏に向かった電力不足などがあり、先が見えない。
		商店街 (代表者)	・ガソリンの高騰と福島第一原子力発電所の放射線が落ち着くまで客は町に出てこない。生活に必要なものだけ買い求めて、寄り道はしない。
		商店街 (代表者)	・郊外の超大型店が閉店したので、その影響がいよいよこれから出始める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・東日本大震災の影響がいくらか落ち着いてきて、品物が出てきたが、計画停電等で客が動いてくれないので、良くなる望みはない。
		一般小売店〔ワイン〕 (総務担当)	・明らかに東日本大震災の影響で自粛モードに入っている。当社はし好品を扱っているため、今後の心配である。
		一般小売店〔衣料〕 (経営者)	・東日本大震災は未曾有の大惨事なので、急には回復しない。被害者のご不幸もあり、当店も我慢が続く。
		一般小売店〔乳業〕 (経営者)	・東日本大震災の影響で電力供給量の回復と平行して製造業の立ち直りが不透明であり、消費意欲の減退が確実に予想される。
		百貨店(営業担当)	・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が必需品を除いた消費マインドに影響していると感じる。今までとは別の意味での将来不安が景気を後退させる。
		百貨店(販売促進担当)	・計画停電による営業時間の極端な短縮に加え、ガソリン供給不足により、来店したくても当店まで来られないという客が非常に多い。また、来店しても不要不急の商品は見向きもされず、ガソリンの供給不足は改善方向にあるものの、計画停電が今後も続くと営業時間が固定できないため、客の足がさらに遠のき、悪化する。
		スーパー(経営者)	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響がさらに出る。
		スーパー(経営企画担当)	・商品が思うように入荷しないことと、家庭内備蓄が沢山あることや、花見の自粛傾向などを考えると先々の消費の伸びは期待できない。また、自社の建物、設備、商品の被害は、特需効果ではとても賄えない金額である。
		コンビニ(経営者)	・当分の間、商品が入る見込みが無いので、しばらくはこのような状態が続く。
		コンビニ(経営者)	・3月11日の東日本大震災によって、まず商品が納入されてこない上に、節電によって営業が出来ない状態がいまだに続いている。福島第一原子力発電所の放射線汚染が拡大しているので、今後はますます悪くなる。
		コンビニ(店長)	・東日本大震災の後、平常であれば力強く回復していくと思うが、福島第一原子力発電所問題で停電やいろいろなことが起きそうなので、どう転んでも未来は暗い。
		衣料品専門店(経営者)	・東日本大震災の後、流通、客の買い控えなどで、全く予想がつかない。
		衣料品専門店(統括)	・例年はこれから徐々に良くなる時期であるが、先日の東日本大震災の影響が大変悪く、だんだん悪い方に安定しなければよいと思う。地震から1週間ほどは街に客どころか人影すら見えなかった。各地で催事やイベントの中止が聞かれ、消費に対する意欲が無くなってくるのではないかと心配している。
		衣料品専門店(販売担当)	・自然災害が元なので仕方ない部分はあるが、この状況がこのまま推移していくと思われるので、消費行動に向かわない環境が続いていき、気温が上がるのとは逆に消費は停滞していく。イベントなどもほとんど中止なので、精神的な部分でも安心感が得られない。計画停電もあって、残念ながら悪くなっていく状況である。
		乗用車販売店(経営者)	・東日本大震災のため、物流の滞りと購買意欲の落ち込みが考えられる。
		乗用車販売店(従業員)	・復旧活動が進んでいるが、福島第一原子力発電所の新たな不安が長引く可能性がある。今後の対応次第で変わるが、大変厳しい状況になる。
		乗用車販売店(営業担当)	・東日本大震災の影響で生産の見通しが立たず、ガソリンの供給安定の情報も期待できないのが現状で、高額商品の購入は控えられるため、悪くなる。
		乗用車販売店(販売担当)	・東日本大震災の後は客が動いていないので、4、5、6と月を追うごとに悪くなって、全く売れなくなる。
		住関連専門店(統括)	・東日本大震災による経済環境の悪化により、消費マインドが下がる。
		高級レストラン(店長)	・食材の品不足や価格高騰、燃料価格の高騰や計画停電などが長期化すれば、零細企業は経営を続けられない。
		一般レストラン(経営者)	・同業者間でも、東日本大震災の影響で原材料価格の高騰が予想され、不安になっている。さらに、食材卸も値上げや変更等相当の悪影響が予測される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題が解決してくれない限り、不安な状況が続く、社会混乱が起きる。自粛ムードを少し緩和しなければいけない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の復興にまだまだ時間が掛かると思うので、全体的に消費傾向が下がり、復興するまでは厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・当地区では東日本大震災等の被害はそれほど大きくないが、福島第一原子力発電所によりいろいろな問題が起きているので、景気は非常に悪くなる。
		スナック（経営者）	・今回の東日本大震災の影響もすごいが、本当に良くなる要素の一つも見付からない状態で、他店がどうなのか気になる。
		観光型ホテル（営業担当）	・放射線漏れの問題、電力不足、計画停電による操業規模の縮小などによる影響を鑑み、今後しばらくの景気回復は極めて困難だと思うが、こんな時こそ通常の消費活動と経済活動が必要で、まずは多くの被災者を支援することが先決である。
		都市型ホテル（経営者）	・計画停電の影響で自動車生産工場の操業停止等、東日本大震災の2次、3次被害がある。
		都市型ホテル（支配人）	・ホテルが再復興し、開業出来たととしても、通常のビジネス客、観光客、行楽客が戻ってくる様子は見えない。これらの客の動きが出て来るのは相当、後になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後計画停電などの予定がある場合は、会議や宴会の予約が非常に取りづらい状況である。宿泊はネット関係が非常に落ちており、通常の売上の3分の1近く落ち込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この東日本大震災において、しばらくの間は景気は悪くなり大変な状況である。飲み食いは自粛している状況で、本来であれば歓送迎会などで非常ににぎやかな活気がある時期であるが、2～3か月は無理である。
		旅行代理店（副支店長）	・風評被害と計画停電で確実に旅行者が激減し消費が落ちる。今後は自粛ムードが消費低迷につながり、最悪の景気となるが、初めての地震のため、予想がつかないのが実情である。
		タクシー（経営者）	・計画停電が収まるまでは、この先も悪くなる。
		通信会社（販売担当）	・東日本大震災による復興の目途が立たないことや、福島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）	・東日本大震災の影響や計画停電などの懸念から旅行が衰退し、回復する見通しが立たない。
		競輪場（職員）	・東日本大震災の影響で開催が中止となり、今後とも見通しが立たない状況なので全く予断を許さない。
		美容室（経営者）	・今年中は計画停電を実施すると言われているため、これから先、客数が半分以上減少すると予測される。電気が元に戻らない限り、景気は良くならない。また、卒業、入学のイベントが終われば客数が減少し、その影響で全体的に低迷となる。
		設計事務所（経営者）	・災害の影響は徐々に出てきていて、現場で資材の調達ができず来なかったり、これから材料の価格の高騰が予想されるため、すでに計画を延期した客もいる。災害の復興が優先されると思われ、それ以外の地域で資材調達が困難な状況になるなど影響のは大きい。
		設計事務所（所長）	・この度の災害により、今の悪い景気が相当の期間に渡り一段と悪くなり、本当のどん底まで悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・大災害により、経済的な損失に加え、消費者の高級財の購入意欲は大幅に低下するため悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災による計画停電に随分痛手を受けて、営業時間もままならない状況である。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災のためにすっかり沈滞ムードになり、消極的になってしまった。賃貸も売買も共に問い合わせも引き合いもなくなる。
住宅販売会社（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故が深刻な状況であることから、放射線に被ばくする可能性のあるものは販売不振となることは必須である。よって、現状よりは確実に悪くなる。		
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・取引先企業が回復して生産が始まれば、その分だけ受注も納入高も拡大する。
		建設業（経営者）	・災害復旧関係の需要が高まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（営業担当）	・緊急避難的に需要が増える可能性があり、通常の経済状態ではないが、賃貸関係の不動産は少し上向きと思える。ホテルに関しては、近隣のホテルや旅館には傷が深いところもあるが、おかげ様で当社は大きな傷は無く、再開の目途も見えるので、復興やいろいろな支援等の宿泊需要があると考えている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・インターネット販売は低迷ながらも動きがあるが、商品受注に対しての予想は全く付かず、それにも増して教室運営及び店舗販売が変わらず低迷しており、先の予想すら立たない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・依然として悪い状況が続いているが、今回の東日本大震災の影響が、売上、販売等にどう出るのかにかかっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の影響がどう出てくるか分からない。今はある仕事をやるだけで、状況が全くつかめない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響によって電話システムの増産の可能性はあるが、電力供給の問題があり現時点では判断ができない状況である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車関連以外の取引先が7～8社あり、良い状況なので、今後2～3か月も変わらない状況か良い状況で推移する。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・6月までは装置の生産や直売などで受注したものがたくさん残っているため変わらない。来年度はいつもの年と違うので全く見えない。
		経営コンサルタント	・既に建設資材関係に需要増加を予感させる動きがあり、実際に品不足の物もあるが、物流を促進させるための道路、燃料供給等のインフラ回復の進展具合に掛かっている。また、観光産業や地方の飲食業等におけるマイナスの消費態度の進行が懸念される。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・東日本大震災災害だけでなく、福島第一原子力発電所の影響もあり外出等を控える傾向があり、すぐには回復しない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず価格競争が激しい。
		化学工業（経営者）	・東日本大震災の余波、計画停電、燃料不足、石油製品の値上げ等と、あたふたとしていて先の計画がまるで立てられない。
		金属製品製造業（経営者）	・やや悪くなるというより、計画停電次第で今後の見通しが全く付かない状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の深刻なダメージが更に広がっていく可能性が大きい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3月11日に発生した東日本大震災により、1週間は操業を完全に停止せざるを得ず、その後は受注が大幅に低下した。今後の見通しも立てられないが、3か月後くらいから徐々に立ち直っていく。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災と津波、福島第一原子力発電所の問題という大きな問題を抱えているため、復帰するのは当分大変である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今回の東日本大震災による影響、また、4月からの原材料の値上げが販売価格に転嫁できないこと等、仕事量が少ない状況で、さらに厳しさが増す。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災の影響が更に強く出る。
		輸送業（営業担当）	・福島第一原子力発電所の事故による大手電力会社等の計画停電により、各取引先の生産工場、また出荷場の時間等、その他が制限されることによって物量も落ち込む。また、燃料高のためコストがかさむ上、協力会社の確保が難しくなっている状態である。夏場に向けて輸入も増え、その分商品が増える見込みもあるので現状を維持しているが、厳しい状況である。
		金融業（調査担当）	・東日本大震災の影響は少しずつ復興に向かっていくと思われるが、福島第一原子力発電所事故の不安が払しょくされるまでは不透明な状況が続くとみられる。
		金融業（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で景気はやや落ち込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（管理担当）	・東日本大震災の影響による混乱は計画停電がひと段落しそうな夏には収まりそうではあるが、テナント入居の延期など、マイナスの影響の方が大きい。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・スーパー、量販店ではまとめ買い自粛の呼びかけもあり、通常の売上を下回り始めたそうで、消費者マインドが急激に落ちている。旅行会社では、中東の政情不安で旅行者が減少していたことに加え、今回の東日本大震災で旅行どころではないとの心情からキャンセルが続き、5月の連休明けまで企画が立てられない状況とのことである。
		社会保険労務士	・今中止されているイベントなどの催物が再開されないと、人の動きが出てこないため、しばらく景気は悪くなる。
	悪くなる	食料品製造業（営業統括）	・東日本大震災の影響はますます深刻になり、消費者の買い控え、工場見学者の減少、ホテル関係のキャンセルと、大変厳しい状況になりつつある。
		食料品製造業（製造担当）	・原料価格の先の見通しが立たない。食料品は東日本大震災の影響で動きはあるが、利益が取れない状況に追い込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・東日本大震災の関係で、イベント等の中止があり、印刷物がなくなってきている。また、紙が入らない状況で、客との交渉が大変難しくなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・福島県内にある会社が製造できなくなった代替で当社に注文が来たため、受注量が10倍以上となっている。自動車関係では当社は対米輸出用の部品供給のため、受注は落ちない。東日本大震災で当社だけが多くなっている負い目を感じているが、地震前と後ではまるきり状況が変わり、今は生産が間に合わなくて四苦八苦ししている。また、部品が入らず、受注量がこなせるかが問題になる。しかし、周辺の会社は厳しい状況が続いているところが多い。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・東日本大震災で主力メーカーも部品関係が入りづらい状況の中で生産計画が立てられないとのことで、主力メーカーからの受注状況は全く見通しが立たない。まずは資金の手当てをどうするか、次に社員をどうするかという経営上の難しい選択を迫られそうである。非常に不透明感も強いし、全く先行きの見通しが見えない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・計画停電の余波で4月上旬に企画されていた大規模な展示会が中止された。また、小売展で予定していた展示会も延期する等の動きがあり、ここ2～3か月見込んでいた売上をカバーできる見込みが立たない。
		金融業（役員）	・この地域における経済活動への影響が日に日に拡大している。
広告代理店（営業担当）		・中小企業は体力がないので、多分廃業が多発する。	
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・東日本大震災による市場規模の縮小と、計画停電や福島第一原子力発電所のあおりで、急激に景気が悪化し、新規投資どころではなくなってきた。今後厳しい状況が長期に渡り続くと思われる。		
雇用関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・東日本大震災の関係で一時的いろいろな会社ガリズムが狂い大変なことになったが、すぐ復旧する。
		職業安定所（職員）	・アジア圏を中心としたスマートフォンの需要がいまだに高く、また、海外での自動車の需要がまだまだ高いことを受け、IT関係、デジタル関係、自動車部品関係の仕事の受注量は減っておらず、この状況が続くものと思われるので、今後はやや良くなる。
	変わらない	学校〔専門学校〕（副校長）	・次年度の学生の求人はほとんど出てこず、今年度大学を卒業した就職希望者も多数残っており、専門学校卒業生の就職は例年以上に厳しい状況である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・食品関連企業の派遣は伸びているが、自動車関連の派遣はストップしている。総合的に考えると自動車企業の落ち込みは食品企業ではカバーできないと試算している。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・当分の間は、職種によって、東日本大震災の被災地に対して自粛をしていく企業が多いので、景気の悪化は避けられない。
		職業安定所（職員）	・観光業界において、客足の減少による業績不振により期間雇用者の雇止めを行うなど、東日本大震災の影響を理由とした雇用の停止、募集、採用計画の見直しを行う企業が確認されており、今後の状況は非常に厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・計画停電により、事業所内があたふたしている。現在は部分休業等により、製造関係等の企業では、生産量がかかり落ち込んでいると思われるため、この先の停電等にもよるが、景気は下降するのではないか。
		民間職業紹介機関（経営者）	・東日本大震災の影響で、大手製造業は海外展開を加速させ始めており、韓国、中国等、東南アジア諸国は、日本からの受注獲得に活発な模様である。日本への海外からの発注は、パスする方向が目立ち始めており、大きな流れに変化が見え始め、不安な状況がしばらく続く。海外からの受注獲得等、日本企業の逆襲に期待し、中堅企業は一部で独自の動きを始めている。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金（計画）は減少傾向であったが、東日本大震災後、物資調達、計画停電等の影響で活用相談が増えている。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・先の見通しが全く立っていない状態で、当社の主力であるホテル関係もいつ回復してくるのか分からない。ゴールデンウィークが来月末からあるため、それに向けてだんだん集客が増えていくと思うが、取引先の中にはゴールデンウィーク直前まで営業しないところもあり、書き入れ時の集客を期待したいが、今の状態を見るとあまり期待はできない。
		職業安定所（職員）	・先の見通しが全く立っていない状態で、当社の主力であるホテル関係もいつ回復してくるのか分からない。ゴールデンウィークが来月末からあるため、それに向けてだんだん集客が増えていくと思うが、取引先の中にはゴールデンウィーク直前まで営業しないところもあり、書き入れ時の集客を期待したいが、今の状態を見るとあまり期待はできない。

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災直後、計画停電開始直後の混乱からは大きく脱却しており、特に先週末においては大きな売上の回復がある。さらに2～3か月後であれば、はっきりと復興へ向かい、今より大きく回復する。ただし、計画停電での電力供給量によって大きく左右される。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災における購入マインドの低さは今月が一番底だと考えているので、先行きは明るい。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の特需にあやかっているスーパーや一部の食品店は、このところ地震のおかげという形で客が非常に来ている。普通の小売店でも3か月先になれば多少落ち着いてくるので、最悪な今と比べれば全般的に多少良くなる。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災による影響も少しずつ解消され、計画停電、節電の影響による営業時間の短縮についても、計画的な対応を取ることでマイナスイメージを極力抑えることができる。東京圏については地震による影響というより、福島第一原子力発電所の事故による風評被害、更に電力不足による営業時間短縮の影響が懸念されるが、少しずつ改善の方向に向かっていく。
		百貨店（営業担当）	・現状が底と思われるので、やや良くなる。
		百貨店（副店長）	・食料品や日用品などを中心に、既に購買意欲が少しずつ戻ってきていると感じているので、先行きはやや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・今よりは良くなってくると思うが、東日本大震災以前の状況に戻るにはかなり時間が掛かる。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の復興需要で、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・復興へ向けて需要も伸びると思うので、期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・景気自体が良くなるとは思えないが、東日本大震災のショックから少しずつ遠のいて、季節とともに日常が戻り、購買力が高まっていくことに期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で販売量、来客数ともに激減している。福島第一原子力発電所の不安が付きまとい、年度末の忙しささえ感じない。メーカーの生産見込みも立たない現状に比べれば、先行きは今よりは良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災における被災の後、当然開発のためにトラック、クレーン、重機等が次々と東北方面へ行って、廃材や整理等をしていく。そういうことでトラック需要が増えることが想像されるため、やや良くなる。ただし、原油がこれまでどおり高止まりになってしまうと利益が上がりませんので、景気は停滞状態になるというのが業界の観測である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・東北の復旧が復興に替わるタイミングが2、3か月後であれば、多少景気の上向きが見えてくる。
		旅行代理店（支店長）	・やはり福島第一原子力発電所の影響や余震、計画停電の関係から、4～5月の仕事はほとんど無くなっている。旅行関連業界への影響は長く続くと思われるため、業界全体として非常に大変である。ただ、4月になって桜が咲き、少し東日本大震災の復旧も進めば、人々の心も明るくなるかと思うので、その点のみ、現状よりはやや良くなっていく。今月が底だということである。
		通信会社（営業推進担当）	・地上デジタル放送への完全移行を迎え、消費者の購買意欲は増加する。理由なく欲しい物を買う時代は終わったが、理由があれば消費する。
		観光名所（職員）	・今回の東日本大震災により、3月の客数は過去最低となっている。また、計画停電等の理由で旅客がかなり減っている。今後2～3か月後になると春を迎えるので、多少客が増えたと期待したい。
		遊園地（職員）	・東日本大震災等の発生した今月と比べると、2～3か月後は復旧も進み、多少の回復が見られることを期待したい。
		パチンコ店（経営者）	・正直、今が一番悪い状態だと思うので、2～3か月先になると今よりは改善されるのではないかと考えている。ただし、当店は電気を結構使う商売なので、福島第一原子力発電所その他の問題があった場合には、営業時間の短縮などとなり、現状と変わらないということもあり得るかもしれない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・東日本大震災の影響で11～25日まで営業できなかったが、26日の顧客動向を見る限り、消費に収束の波は見られず、逆に加速しているように感じている。厳しい状況だからこそ娯楽を求める客が多いのか、地震前よりも財布のひもが明らかに緩い。
		その他サービス [立体 駐車場]（経営者）	・ガソリン不足、計画停電、大型店の営業時間短縮といった東日本大震災の影響が解消されてくるため、やや良くなる。
変わらない		一般小売店 [茶]（経営者）	・東日本大震災による景気の悪化、消費者ニーズの変化への対応で、売上が非常に低迷している。この状態は2～3か月後も変わらない。
		一般小売店 [文房具]（経営者）	・水不足などが落ち着くまで、しばらくはこのような状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・福島第一原子力発電所や東北地方に明るい兆しが見えないなか、購買意欲はなかなかかわいてこない。
		百貨店（広報担当）	・東日本大震災の影響はしばらく続き、雇用環境の悪化や福島第一原子力発電所事故の放射線による影響など、消費者の心理にくすぶり続ける不安感は当面ぬぐい去れない。自己保全のための買いだめなどはあっても、通常の消費は回復しない。
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災後の購買意欲の復調がうかがえることや、意外な購買志向などがあることで、更に復調することを期待しているが、生活安全上の想定が全くできない現状から、しばらくは現在の動向が続く。また、6月以降の中元ギフト商戦はかなりの苦戦を想定している。
		スーパー（仕入担当）	・商品の供給予測が全く見えないため、商品動向や顧客の購買動向が予測できない。放射線汚染や計画停電の状況により需要が大きく左右されてしまう。
		コンビニ（店長）	・3月の動き、特にたばこの動きは一時的なものである。ただし、日本全国、皆かなりストレスがあるように感じているので、取扱商品の力でいくらかでも和らげることができれば、そこそこ売上は維持できる。商品が無いということも合わせて考えられる。
		家電量販店（経営者）	・東日本大震災による自粛ムードで、不要不急商品の購買意欲の減退と、計画停電による営業時間の短縮で売上が大幅に低迷し、大変厳しい状況がしばらく続く。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。この状況は今年いっぱい続くのではないかと心配している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・被災はあまりにも広大な範囲で、東日本大震災だけではなく津波や福島第一原子力発電所災害も重なり、復興にはかなりの時間を要する。
		高級レストラン（支配人）	・現在の状況は夏ごろまで続く。特に夜の会合は節電などの影響もあり、こししばらくは全く見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・自粛ムードが続き、夏場の計画停電もあるようなので、ど ん底の状況は今と変わらない。
		スナック（経営者）	・東日本大震災の影響が大きい。この状態が続けば人が出て こないし、飲む気にもならない。回復にはもう少し時間が掛 かる。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・この自粛ムードはいつまで続くのか、それから計画停電が どのようになるのか、あるいは復興がどのように進むのか、 それによって変わってくるので、全く不透明で分からない。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・3月の状況は最悪であり、今後夏に掛けて計画停電が実施 されれば、外出を控える人が大勢出て、レストランはがら がら、宴会も取消や中止、宿泊も出張自粛で何ら今月と変わ らない。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・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。全体に自粛ムードで披露宴を控えようという動きもある ような感じがする。今後これがどこまで続くか分からないの で、非常に心配である。
		通信会社（局長）	・福島第一原子力発電所の決着を含めた政府の対応次第で、 更に悪くなる可能性がある。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対策の駆け込み需要が予想され、今月並 みの契約数は確保できる。
		通信会社（営業担当）	・建物所有者の地上デジタル放送対策の勢いが鈍っているよ うに感じる。
		通信会社（支店長）	・計画停電も当分続くとされているため、客の購買意欲、消 費マインドがなかなか高まっていけない。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の見通しは付かず、1か月ごとに客のキャン セルが殺到している状況である。
		美容室（経営者）	・東日本大震災のために、少し予測が付かない状況である。
		住宅販売会社（従業 員）	・2～3か月では、東日本大震災の影響がまだ続く。
		住宅販売会社（従業 員）	・東日本大震災の影響でしばらくは景気低迷が続く。計画停 電等で日々の生活が慌ただしく、落ち着いてから考えよう ということになる。福島第一原子力発電所の件など、まだこの 先どうなるか分からないこともあり、景気低迷が続く。
		その他住宅〔住宅資 材〕（営業）	・東日本大震災の前までは緩やかに良くなっていく感じを受 けていたが、地震で悪い方向に進んでいる。ただ、これが短 期的なものなのか長期的なものなのかは少し判断ができな い。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・計画停電が昼間の営業時間帯に入った時は悲惨で、真っ暗 な中では全く商売にならない。停電の間の社員処遇も大変難 しいところであるが、今後このままの状況が続くと商況は非 常な悪さになってしまうと危惧している。なんとか打開した いと思うが、商店街や個店ではどうにもならない。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・東日本大震災の影響で皆後ろ向きになっている。エコポ イント制度も終わり、いよいよ商品の動きが止まってくる。ア ンテナ工事等はまだまだたくさんあるものの、単価が低いので全 体的に売上は低くなっていく。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・エコポイント制度も終わり、地上デジタル放送移行など先 に商品を購入した分もあるため、やや悪くなる。
		一般小売店〔衣料・雑 貨〕（経営者）	・東日本大震災で国全体が復興ムードになり、個人消費とデ フレが重なり、半年くらいは売上の落ち込みが続きそうであ る。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・今月は東日本大震災の影響で過去40年間で最悪の月にな ったが、今後少しは上向き可能性があるのではないかと考えて いる。
		一般小売店〔茶〕（営 業担当）	・東日本大震災で首都圏に設置してある自動給茶機が次々に 転倒し、復旧できないマシンも多く見られた。特に、10階程 度の揺れに弱い構造の建物に設置してあるところでは、転倒 破損が大きかったり、転倒防止対策をしてあっても転倒して いる。今後の対策も含め、お茶の購入やマシンの契約等は非 常に慎重になってしまうため、景気低迷はまだまだ続きそう である。
		百貨店（売場主任）	・当面、計画停電や燃料の影響で必需品のみの動きが中心に なると見込まれるため、春物ファッションへの需要は鈍くな る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・今回の東日本大震災の影響で、営業時間の短縮を行っており、今後の業績は不透明である。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の影響をもろに受け、各商材とも40～50%減と厳しい状況となっている。比較的良い食品でも20%減となっている。電力供給が厳しいため、計画停電が続くだけでなく、5月から冷房需要もあり予断を許さない状況で、個人消費が震災前に戻るのには秋口ぐらいではないかと予測している。
		百貨店（計画管理担当）	・東日本大震災の影響、計画停電の影響等で、この先衣料品等、高額品を含めて売れなくなっていく。
		スーパー（経営者）	・今月は買いだめの影響で少しは良いが、その反動が来月から来る。計画停電の影響で営業時間が制限されており、商品によってはまだまだ入ってこないものが沢山ある。放射線の風評被害で野菜類が非常に厳しい状況になっているので、今後は厳しくなるのではないかと感じている。
		スーパー（店長）	・大手電力会社の計画停電が解決しない限り、3か月先は厳しい。スーパーなので停電に伴う冷凍食品やアイスクリームの商品管理等、非常に厳しくなってくる。客も当然、今後は買い控えに向けてくる気がするので、そうした時を考えると今後の景気は非常に厳しくなる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災時のまとめ買いの影響によって、今後は買い控えが予想される。また、安心安全の面から産地、商材の偏りが考えられる。その他、自粛や縮小等の傾向が見られる。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の余波が大きく、直近で言えば花見関係、入園入学、ゴールデンウィーク、母の日、父の日といったようなところまで、大きく盛り上がることに欠ける。小じんまりと家族を中心とした形での、小規模な経済状況になると思うので、良くなってくるのは停電も含めて福島第一原子力発電所問題が回復してから3か月～半年たってからである。
		スーパー（営業担当）	・今後は東日本大震災の影響による福島第一原子力発電所の動向如何によって、相当景気の動きが変わってくる。
		スーパー（仕入担当）	・生活防衛意識がますます高まり、必要な物しか買わなくなる。計画停電の影響で生産量が落ち、不安定な流通がしばらく続く。
		スーパー（ネット宅配担当）	・東日本大震災の影響で節約志向が高まり、在宅率が高くなりそうである。商品価格も円高の影響である程度抑えられる。計画停電の影響がどの程度あるのかが問題である。
		コンビニ（経営者）	・通常の商品は結構入荷するようになっている。また、デイリー商品も入荷するようになったが、乳製品、特にヨーグルトあるいは500ミリリットルの紙パックのコーヒート牛乳等の飲料が大変不足している。そのような中で来月初めから10日くらいまでたばこの納品が無くなるということで、大変心配をしている。その分、買い置きが発生しており今は良いのだが、反動で下がりそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・災害復興にあたるまでにしばらく時間も掛かり、一般消費者の目が被災地に向いているため、消費の引き締めがこの先も続く。
		家電量販店（店員）	・販売量の動き、単価の動きを推測すると、パソコン業界は低迷のまま進み、景気は下落する。
		家電量販店（統括）	・エコポイント制度の終了に伴い、4月は大きく落ち込む。アナログ放送終了に伴い、6～7月は駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災後の関東地方の放射線問題と計画停電を早く解決しないと、ますます景気が悪化してしまう。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響は今年中、もしくは来年くらいまで続く。新型車効果でどれだけ巻き返してできるか、このままだと不透明である。
		乗用車販売店（営業担当）	・必要な物は高値であっても買うというのが今回の東日本大震災のことで分かったが、自動車は後回しのようなのである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（統括）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の問題によって、まだまだ予断を許さない状況である。それに伴って景気も伸びる要素がなく、このまま推移するか、もう少し悪くなるのではないかと見ている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・営業時間に大きく影響するため、夏季に計画停電がどのようになるか危惧している。1店舗閉鎖したため、全体の売上は減少が見込まれる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・国内市場については、持ち直すのに相当な時間を要する。海外市場は新ハード発売とショー開催で盛り上がりを見せてくると思われるが、市場を大きく向上させるには至らない。
		一般レストラン（経営者）	・外食においては風評の如何が問われるところである。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災と津波のために、壊滅的な打撃を受けたので、客の予約がほとんどなくなった。2～3か月先も例年のようには望めない。もう既に7月の分がキャンセルとなっているので、2～3か月先はもっと悪くなる可能性がある。
		タクシー運転手	・いずれにしても不安材料が多すぎる。やはりどうしても節約の際に真っ先に外されるという状況なので、厳しい。
		通信会社（経営者）	・節約ムード、事業量、生産量の減少が考えられ、消費も減少する。
		通信会社（営業担当）	・しばらくは自粛ムードが続くと思うので、営業活動にも影響が出てくる。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災や計画停電など先行きが不安定な中では、娯楽に対する消費を抑える傾向が強くなる。
		ゴルフ練習場（従業員）	・ゴルフコンペなども開催を自粛している向きがあり、練習回数等にも影響が出てくる。また、計画停電等で休業、短縮営業になるので、しばらくの間は売上が落ちる。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・生活必需品は買い占めが横行し、そのため当分消費は停滞する。東日本大震災の被災地の復興が始まれば建設関係は活気を取り戻すと思われるが、旅行や歌舞音曲は控える傾向にあり、海外のアーティストの来日中止が増えるなど、興行界はしばらく厳しい状況が続く。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・東日本大震災後の影響で、消費行動がマイナスに向かっていているため、今後2～3か月後は福祉業界には良くない状況である。
		設計事務所（所長）	・千葉県も東日本大震災によるかなりの災害を受けたため、回復が優先される。公共建物への影響が心配である。
		設計事務所（所長）	・仕事量がどんどん増えない限り、景気が良くなるはずがない。東日本大震災があったなかで、耐震補強が更に見直されれば良いが、それには国を挙げての総括的な政策が必要である。
		設計事務所（職員）	・建設業界の東日本大震災による影響としては、新たな災害への対応強化を目指す計画が出始めている。しかし、生産、物流に限らず、工期延長、計画見直し等の影響のほうが大きいです。
	悪くなる	商店街（代表者）	・計画停電地域ではないものの、その影響は仕入れのみならず、消費者の消費動向にも手控えムードを醸成するものであり、厳しい。
		商店街（代表者）	・3か月先は電力需要が更に悪化すると思うが、計画停電に入ったりしたら目も当てられない。被災地を支えたいが、このまま悪い状態が進めば、自分たちの体力を維持するのも大変な状況である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・東日本大震災の影響や福島第一原子力発電所が依然不透明な状況から、客の消費はまだ冷え込む。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・東日本大震災のため、ガソリン不足に始まり、材料、商品、すべてが順調に入って来なくなっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・東日本大震災は東日本の大災害ということで、これから先景気が良くなるということは到底見込めない。来客数を見ても、物を買うような気分にならないような感じなので、これからは景気は悪くなる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・東日本大震災の影響で余計な物はまず買わなくなっている。まだ余震もあるし、福島第一原子力発電所の空気汚染等もあり、消費者は当分の間、本当に最低限の物しか買わないような感じがしている。仕方ない状況だと思うが、福島第一原子力発電所の件が一番ネックである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・東日本大震災の影響と計画停電が続く限り、商品の供給も滞りがちになり、しばらくは低迷が続く。
		一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・23区内に買物へ行けばいつでも買物できるが、計画停電の地区は行き先の予定を確認しないとならないので、近隣の客は都内へ流れてしまう。23区内を含め、営業時間、年間休日、看板や店内照明等、消費電力の規制を作らないと、地域によっては商店街だけでなく大型店も商売を続けられない。
		一般小売店〔靴・履物〕 (店長)	・東日本大震災後の状態で、放射線の被害が20～30年続くということで、景気が良くなる要因が全然ない。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・商品供給先がいろいろな所で何かしら被災しており、商品が入ってこないこともある。客自体もやはり同じような形で、景気が悪くなっていることで物が買えなくなってくる状態も想定される。どうしても今後の売上は落ち込む。
		百貨店 (総務担当)	・今後も計画停電が当分続く見込みで、その間は閉店をしなければならぬ。また、節電のため営業時間を短縮しており、消費者の購入マインドもかなり冷え込んでいる。
		百貨店 (総務担当)	・消費マインドについては少しずつ改善すると考えられるが、計画停電が今後も継続する場合、影響は避けられない。経費を詰めることが重要にはなるが、固定的なものは難しく、どのように売上を取っていくのが課題であるが、これといった対応策が今のところない。
		百貨店 (営業担当)	・東日本大震災後、会社を取り巻く環境は一変している。経済環境や消費者の変化に大きく影響を受ける百貨店は、しばらく厳しい状況が続く。
		百貨店 (営業担当)	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の影響は拡大の一途であり、当面は厳しい状況が予測される。取引先のお金が入らないと商品も作れず、原油等の高騰が価格にも影響を及ぼし始めている。
		百貨店 (販売促進担当)	・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)	・東日本大震災以降、来客は以前の水準の9割程度まで戻りつつあるが、物流体制は回復しておらず、食料品を中心に取引先からの商品供給量が大幅に減少、制限されており、今後の改善の兆しが不透明である。
		百貨店 (店長)	・これから夏に向かい電気需要が増えるなか、計画停電による冷房の問題などで来客が減少する。
		スーパー (店長)	・取り扱っている生鮮食品の主要産地はこれから東北方面となるので、当然ながら品薄のために相場の高騰が考えられる。また、一般食品の生産もままならないため、原材料や包材の値上げも考えられ、消費者にとっては悪い要素しかない。
		スーパー (店長)	・東日本大震災後の動きとしては、衣料品が極端に悪く、不要不急の商品は買わない現状がある。2～3か月後だと、兵庫県南部地震の時もそうだったが、買い控えがそのまま続き、今まで買った商品がたまっているのが買う物が無くなってきているという状況があったので、今回もそうなるのではないかと懸念している。
		コンビニ (経営者)	・現在の大手電力会社による計画停電がすべてを物語っている。製品の販売ができない状態がこれからも続くことが予想され、全く先の見通しが立たなくなっており、危機感を持っている。
		コンビニ (経営者)	・復興がどれだけ短い時間でできるかがポイントである。
		コンビニ (経営者)	・東日本大震災の影響は大きく、商品の納入も大変遅れ、不規則になっている。正常に戻るのには数か月以上先になるようであり、大幅な売上低下を覚悟せざるを得ない。
		コンビニ (経営者)	・東日本大震災以来、混乱が続いているが、特に福島第一原子力発電所の収束が気掛かりであり、それによって大きく左右される。また、計画停電等も大きく景気に影響する。2～3か月先は非常に分かりにくい状況である。
		衣料品専門店 (経営者)	・衣料品は旅行等、出掛ける時に購入する機会が多いが、旅行などがすべてキャンセルになった状態では購入意欲が出てこないため、厳しくなる一方である。
		衣料品専門店 (経営者)	・理由はもちろん東日本大震災だが、加えて福島第一原子力発電所問題ということで、こちらも暗い雰囲気になっている。頑張っただけの欲しいのだが、計画停電等で購買的には非常に落ちる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・消費に関して沈滞的になり、生活必需品は購入するが、当店の一般的な一般婦人服は新たに購入せずに昨年のもので済ませるといふシビアな客が予想される。仕入れも先行き不安材料が多く、当店としても夏物の仕入れに保守的になっている。結果的に全体的に縮少してしまう懸念がある。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災に伴う購入意欲の低下と計画停電による営業時間の短縮ムードで、現状は前年同時期の60%以下である。計画停電は当分続くとの見通しもあるので、営業の仕組みを根本から見直さないと会社の存続にもかかわる。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災による復興が大変なので、これ以降の時期は景気が上向きにならない。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災の影響で、必要のない物は買わないという人々の意識が芽生え、衣料品業界はメーカー、個店などの倒産が増え続けるだろう。当店も例外ではない。
		家電量販店（営業統括）	・被害に遭っていない地域が、被災地域の方まで活性化した経済活動を行うべきであり、過剰な自粛や歌舞音曲の禁止などが長引けば、経済活動は立ち行かない状況に追い込まれる。世論の方向性が、普通に生活し、過度な自粛ムードが改善されない場合、消費情勢は更なる悪化を招く。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響で、当分の間は新車の売行きは最悪の数字になる。
		乗用車販売店（店長）	・客は不急不要な物を購入する気になっていない。また、原油が上がっており、部品が全く調達できず、工場が非稼働で目途が全く立たない。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・東日本大震災のダメージが大きすぎて、3か月で景気が回復するとは到底思えない。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・東日本大震災の影響で客に不安が先行し、防災関連商品のみが動いている始末である。当分この状況が継続する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・大手電力会社による計画停電は、気温の上昇とともに4月末を目途に一旦中止する方向であるが、夏場に向けた電力不足解消の目途が立っておらず、夏場に向かって休業や短縮営業を行う公算が高い。消費者も福島第一原子力発電所の影響で食料品や日用品の確保を最優先しており、ファッション店舗の退店や個人オーナーの倒産が懸念される状況である。
		高級レストラン（店長）	・予約推移の状況から考えると先行きは悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災による景気への不安や、計画停電、商品の確保や原価高等、そのほか物流や人件費等、地震に関係するいろいろな問題から、悪くなる。
		一般レストラン（店長）	・仕入れが上手くいかない、品物に不安があるということで飲食業は大打撃を受けている。2～3か月先に良くなることは考えられない。こんなことはかつてない。
		一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題が落ち着いたかないと良くはならない。外国人は自国に帰ってしまい、帰れない外国人は関西方面に行ってしまう。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災の影響での計画停電がいつ終わるのか、近隣のアミューズメントパークや大型展示場がいつ再開されるのか全く不透明なかで、福島第一原子力発電所の問題もいつ鎮静化するのか、先行きが見えない状況である。3か月間はますます悪くなり、経営が立ち行かないような状況に陥るのではないかと危惧している。
		都市型ホテル（支配人）	・先々も客は様子見が多く、販売量は伸びない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の影響が無くなり復興に向けて動き出さない限り、悪くなる。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災で大災害に見舞われてしまったので、ほとんどの予約がキャンセルになってしまった。復興が始まると同時に、客もいくらか気を取り直して南のほうへ行ってみようかという傾向があるにもかかわらず、今のところ全く無の状態である。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響で減少した企業の出張がどこまで、どれだけ回復するかによる。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災以降、旅行マインドが冷えきってしまい、行楽シーズンで受注済みであった団体旅行は軒並みキャンセルである。旅行業界自体も自粛ムードが漂っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（営業担当）	・先行きが不透明である。福島第一原子力発電所問題が解決しないと致命的な状況になる。
		タクシー運転手	・今後の見通しは、やはり福島第一原子力発電所の問題と東日本大震災に関して先行きどのような方向付けが出るかによって大分違うのではないかと考えている。ここは辛抱、辛抱で回復までには長い時間が掛かる。
		タクシー運転手	・今後の日本経済は福島第一原子力発電所の問題が鍵である。どう修復するのか、放射性物質の流出をどう食い止めるのか、年単位のことになりそうである。当分の間、景気はどん底の状態が続きそうである。
		タクシー（団体役員）	・今後の見通しとしては、しばらくは予測が付かないくらい悪くなる。
		通信会社（経営者）	・地上デジタル放送への切り替え最終段階であるが、東日本大震災により、今後計画停電による解約増や顧客の多チャンネル需要の低下が予想され、かなり悪化する。
		通信会社（総務担当）	・東日本大震災復興に要する国費の増加が見込まれ、増税や減税の見直しなどが予想されるため、家計におけるレジャー費は削減の方向になる。
		ゴルフ場（従業員）	・東日本大震災、さらに電力不足から、景気回復まではまだまだ時間も掛かる。諦めず、前に進むのみである。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災により、レジャーに対する消費者マインドの冷え込みが相当ある。もともと、それ以前の問題として、計画停電が実施されている間は物理的に営業ができず、売上に響くことは必至である。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・東日本大震災の影響で先行きが更に不透明なため、悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、交通機関の乱れや計画停電など、子供を送り出す環境に無いということで、春期講習のキャンセルが相次ぎ、売上が前年の半分になっている。新入会も少ないので、今後の見通しはかなり悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・一般建築が悪いなりに、今回の東日本大震災でいろいろなものが悪いほうに動いている。建築計画があったものが、少し足止めをして様子を見ている。建材の不足、重油、ガソリン関係の不足などが追い風となり、建築関係の景気は先行きもっと悪くなるようである。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災により、東北に生産工場等が多いため、建築材料が品不足となる恐れがあり、それにより物価高が想定されるため、上向く材料は一つもない。
		住宅販売会社（経営者）	・経済活動を自粛するというムードが広がっているため、しばらく景気回復は考えられない。
住宅販売会社（従業員）	・受注についてはユーザーの不安が先行しており、商談が大幅に落ち込んでいる。売上についても資材の納入遅れの影響で更に悪化する見通しである。		
企業 動向 関連	良くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・2～3か月先には、東日本大震災により被災したライフラインの復旧が一定程度進んでいるはずであり、関東圏では通常の営業を進めることができるようになる。
	やや良くなる	化学工業（従業員）	・東日本大震災の影響によると思われる建築資材の荷動きが既に始まっており、しばらくは継続する。
		輸送業（営業担当）	・大手取引先と東日本大震災を契機に正規、定常取引への道が開けそうである。
		不動産業（総務担当）	・この先大口テナントの入居が決まり、明るさに見えるものの、賃貸条件がオーナーにとっては厳しいものなので、収益の改善にはまだ相当の期間を要する。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月は会社の設立に関する印鑑販売が3本だけで、そのうち2本は古くなった物の作り直しで、新規設立は1つしかなく、法人は非常に落ち込んでいるのを感じている。一方、個人の実印や印鑑がかなり増えてきており、東日本大震災の影響が少し薄らいでくると考えると、総じて変わらない。
		建設業（経理担当）	・東日本大震災後、建築資材の価格が上がり気味である。この先は、怖くて材料の見積額が出せない状態が続きそうである。
		輸送業（経営者）	・唯一出ている仕事が東日本大震災によってすべて壊滅しているため、そちらの工場その他が立ち直らなければ、景気の回復、当社の仕事は増えてこない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント	・中小企業にとって、現状では大きいのしかかる課題に対して具体的な対応、見通しが立てにくい。1か月後ぐらいには具体的な動き方が見えてくるだろうが、業績の悪化傾向は変わらない。
		税理士	・北米での自動車の販売が芳しくないが、中国と新興国で売上が伸びている。しかし、やはり東日本大震災の津波や福島第一原子力発電所のことがある。国内的にはこの千年に一度の大きな要因が来ているので、これに対処していけない限り、このままの状態が続く限り、景気は悪い。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・東日本大震災の影響も不透明であるが、復興への強い意思も感じられる。顧客工場の稼働率も回復してくると思うため、現状維持で推移できる。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・4月になると回復し始めると思うが、すぐに状況が好転するとは考えにくい状況である。計画停電、物流等の改善がはつきりするまでは、厳しい状況が続く。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・同業他社数社から、年明けから現在の受注量が前年より2～3割減少しており、今後更に減少する。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年度末需要が終わることと、仕入先から東日本大震災の影響で資材が調達しづらい状態にあるとの説明があったため、最悪、できない仕事が出てくる可能性がある。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・住宅関連部品や化粧品容器の受注は横ばいであったが、医療容器の受注が増加傾向にあったので期待していた。しかし、今回の東日本大震災で顧客や仕入先のシステムがかなり影響を受けてしまい、将来の情報が不確実で憂慮している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興は部分的にしか始まらない。インフラ関係は逆に受注が増えるかもしれないが、一般的なものについては受注が減る。トータルでは変わらないか、やや悪くなる。
		金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災、津波の影響で、得意先の稼働率が悪くなると仕事が減る。
		金属製品製造業（経営者）	・受注動向には今のところ極端な変化は無いが、停電、材料の入荷遅れなどによる影響が大きく、今後も続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で仕事量そのものが完全に落ち込んでいるため、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の結果がまだ分からないが、やや悪くなる。
		建設業（営業担当）	・東日本大震災の影響により、耐震診断や補強の話が出てきている反面、建設資材の入荷が見通しが立たないものがある。引き渡しに補助金が絡んでいると年度内に引き渡しができなくなり、支払入金に影響が出てくる。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災は非常に大きな災害なので、後方支援等の動きはあるが、実質的な経済の回復はさらに1年後、2年後になる。
		通信業（広報担当）	・今後、東日本大震災に伴う計画停電や、福島第一原子力発電所事故に伴う消費マインドのい縮の影響が顕在化する。
		金融業（支店長）	・東日本大震災の影響で停電その他、悪影響が出る。
		金融業（支店長）	・各企業の来年度の受注見込み等を聞くと、やはりまだ親会社からの目途が立っていない。東日本大震災の関係で受注量又は仕事が少なくなっており、生産能力が低下している。これらのことから鑑みて、また、景気対策等がなされていないまま今度は地震の復興という形になると、資材も当然上がってくる。いろいろな問題でまだまだ見通しが付かないということで、景気は悪化する。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災の関係で受注済の仕事が延期になっている。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の影響が、停電や物流の停滞という形で各企業に影響を与えている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・建物清掃という労働集約型の産業なので、計画停電の影響で日常作業の勤務時間に問題が出てくるケースや、定期的な作業も日程の延期や中止が出てきている。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・買い控えが起きる。
		繊維工業（従業員）	・福島第一原子力発電所がいつ正常に戻るか、繊維製品に対する消費者マインドは冷え切っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・計画停電等の影響が少なからず発生してくる。
		金属製品製造業（経営者）	・計画停電により生産時間が縮小されて納期遅れが発生するために、得意先が代替を考えるのではないかが不安。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、東日本大震災による自動車関係部品の供給が止まっているため、メーカーのラインが動かない。当地は被害はなかったが、下請が壊滅状態らしいので、そちらができないと当社の部品も要らなくなってしまう。向こうの復帰次第であるが、全然読めない状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今はまだ部品の在庫があるが、すでに何点かの部品の供給が止まっている。そのため、受注しても生産できない。福島第一原子力発電所事故の影響も大きい。放射線を心配する海外の取引先からも受注が減るのではないかと心配している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響を受けて、日本経済の全体が落ち込むのは間違いのないところである。当分景気が良くなることは考えられない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・関東圏でも、被害がなくても計画停電による生産調整、物流の茨城より北方面の不通、材料資材の調達が深刻である。メーカーの生産中止により、更なる不況の大津波が来そうである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・リーマンショックがまだ回復しないのに円高になり、東日本大震災が来て、1日に3時間とか2回6時間とかの計画停電である。地震の11日以降、メーカーは部品が来ないからと21日まで休み、下請は材料が動かないためどうしようもなくなる。これから夏場になり電気の需要が多くなるので、これ以上もう良くなるのではないかと悲観的である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・大手企業は恐らく海外生産へと加速すると思うが、中小企業は今でもリーマンショックで仕事が少ないところへの東日本大震災であり、国内生産が大幅に下がる。これからもしかしたら廃業、その結果、失業者が増大するということになる。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・身を飾る目的の商品を取り扱っており、今はそんな時ではないので、相当冷え込む。最優先の復旧に力を入れることが最善だと思う。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・復旧の見込みがない。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災の影響により、製造調整が行われ、取扱量の減少が見込まれる。また、燃料価格が上昇し続けており、今後も高値が予測され、この2つの大きなマイナス要因が経営に影響を及ぼす。
		輸送業（所長）	・軽油価格の上昇が止まらない。間違いなく経費が上がっている。また、東日本大震災の影響で生産拠点がダメージを受け、供給品が既に入って来なくなっている。当面は輸送品が減少するとのことで、当面の貸切車両の削減を言われている。
		輸送業（総務担当）	・東日本大震災の関係で、荷主のインフラ関係製品の出荷が増えてくれれば良いが、早急には増えそうもない。既存の出荷は、当面増加は望めない。
		金融業（役員）	・東日本大震災による買い控えや計画停電による売上減少等によって、しばらく景気は悪くなる。
		金融業（支店長）	・今後各業界で東日本大震災復旧の資金需要は出てきそうである。だが先も読めないなか、銀行として協力できるのか、見当も付かない。政策金融の役割が大きくなるのではないかと。
		金融業（渉外・預金担当）	・東日本大震災の関係で縮小した分がしばらく影響する。
		広告代理店（経営者）	・広告自粛の動きはしばらく続くだろうし、福島第一原子力発電所や余震次第で、さらに長期化する危惧もある。元々の構造不況業種にこの追い打ちで、3か月後が良かるうはずがない。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災の影響で今のところゴールデンウィークくらいまでのイベントが中止だが、花火大会など夏くらいまでのイベントも中止、自粛の方向に動いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・福島第一原子力発電所の影響（計画停電）や、被害の拡大が現状では読めないで、今後夏から秋にかけてのキャンペーンも軒並みペンディング状態である。全く読めないで、悪くなる。
		税理士	・福島第一原子力発電所の収束の見通しも付かず、夏場の電力不足を思うと気が滅入る。
		社会保険労務士	・東日本大震災の影響があまりにも大きく、良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の影響が計り知れず、先が読めなくなっている。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・2、3か月ではこの状態は復旧しそうもなく、また今後、取引先もますます広告費等を縮小するため、景気は悪くなる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・計画停電、東日本大震災の影響により、イベント警備、公営競技の中止で打撃を直接受けている。早く平常に戻ってほしいと、死活問題になる恐れがある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・受注が減ってきているため、悪くなっていく。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・東日本大震災の影響がこれから出てくる。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・東日本大震災の影響がある。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・東日本大震災の影響で、悪くなっていく。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（支店長）	・地上デジタル放送化が4か月後に控えており、人材の投入が見込まれている。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は堅調で、雇用も増えている。ただし、雇用形態は非正規雇用を中心に伸びており、世の中全体の景気回復にまで至るかは見通しが立たない。あとは東日本大震災復興の影響次第だが、インフラが整えば次に必要なのは職と想定している。
		人材派遣会社（営業担当）	・夏に向け電力確保による縮小運営を余儀なくされる場合、契約終了になってしまう人数が増えるが、今よりは良くなっている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度で相当数の企画、営業所や支店の開設と、人員募集の注文を既にもらっている。ただし、いろいろな形で東日本大震災の影響が出ているので、どれだけ実数として来るかはまだ予想を控えるが、かなりの伸びが期待できる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は若干増加傾向にあるが、派遣料金の低価格化は脱しておらず、引き続き不透明な状態が続く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・これ以上悪くなることはないと思うが、回復までに半年以上は掛かる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災以前は年度末の採用活動の動きが活発であったが、地震後には採用活動を控える企業が多く出ている。採用活動を進めようにも、就業場所の被害状況や計画停電の影響で新規採用に踏み切れない企業が多くあり、その影響がしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・求人数は若干ではあるものの良くなりつつあるが、すぐに就職に結び付くとは考えられない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、中小零細企業については景気動向を様子見している企業が多い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災の影響で企業業績への影響が懸念され、復活しつつあった派遣依頼数が減る可能性が高い。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災の影響が大きい。
		職業安定所（職員）	・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。
		民間職業紹介機関（経営者）	・現在、どこのメーカーを確認しても悲観的で、それどころかまだ足元の状態を非常に心配している。長期的に見れば元に戻らと思うが、現時点では求人の動きは基本的に今まであった数字を保留しているような感じである。当業界だけではないと思うが、非常に悲観的な状態である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（職員）	・当面はこの状況が続くため、やや悪くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災により、企業の厳選採用かつ採用減が予想されるため、やや悪くなる。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・現在、余震、計画停電、交通機関の乱れ等で企業の説明会、選考は延期等になっており、何月ごろから通常どおりの活動ができるのか見通しが付かない。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・経営者たちと話をしたが、今後良くなるということは全く考えられないとのことである。生産性は当然低下し、とてもリストラでは乗り切れないような大きな不況が来るのではないかと心配している経営者が非常に多い。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響で製造関連（自動車、電機、半導体等）の生産縮小、消費低迷等の懸念材料が多いため、雇用環境も悪化する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災後の発行紙面で掲載予定の求人がキャンセルになったり、案件が見送りとなっている。元々求人数が少ないので大打撃にはならなかったが、年度替りとなる4月以降の動きが鈍くなることは必須である。福島第一原子力発電所の損傷が様々な業種に及ぼす影響は予測が付かない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・求人企業もさることながら、求職者側も「今転職する時ではないのではないか」と、転職活動自体を中止する傾向がある。人材紹介も新規登録者が激減している。今、この情勢で無理して転職して失敗したらもうやり直しがきかないとの観測が広まっているからである。これまでは求人企業だけが消極的だったのに、今度は求職者側も消極的になってきているので、日本の人材流動は止まってしまうかもしれない。
職業安定所（所長）	・東日本大震災による影響は避けがたく、景気の先行きには大きな不安を持たざるを得ない。現に新卒者の採用内定取消や、30人以上の解雇が続出している。		
職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で、様々な事情から休業せざるを得ない旨の相談が増加している。また、計画停電が実施されることにより、仕事にならず休業したい旨の相談が増加しており、今後、雇用調整助成金、中小企業雇用安定助成金の申請が激増する。今後数か月の間にリーマンショックを上回る失業者が発生することが予想される。		
民間職業紹介機関（経営者）	・中途採用行為そのものが止まっている。東日本大震災の影響や企業活動の優先順位と集中度が一気に変わったことから、採用選考が進まない。		

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	百貨店（販売担当）	・現状では東日本大震災が消費者心理に与えた影響が非常に大きく、生活必需品を優先させる傾向や買い控えが見られ、景気はやや悪い状態にある。しかしこの傾向は、月変わりや気温の変化等をきっかけに、大きく変化する可能性が高い。ただし、福島第一原子力発電所問題が続けば、遠方の当地域でも不安感が高まり、回復が遅れる可能性もある。
	やや良くなる	コンビニ（商品開発担当）	・東日本大震災の影響で、大手メーカーでは東海地域の工場での製造し関東へ輸送するという流れが続く。当地域でも自動車関連企業は影響を受けているが、今後はそれを上回る特需が続き、雇用も生まれる。東海地域に人、物、金が流入していることが実感できる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・新しい物に対して客の関心が出てきており、今後は良くなる。
		家電量販店（店員）	・完全地上デジタル化を迎える3か月後には、テレビ販売で最後の盛り上がりがあると見込まれ、販売数量は増える。ただし、完全地上デジタル化後は環境が一変し、厳しい状況になる。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響を除けば、中古車の販売量や問い合わせ件数は良くなっており、今後も明るい。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車関連企業が多い当地域では、自動車の生産再開が肝心であるが、今後は東日本大震災後の復興需要が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		乗用車販売店（総務担当）	・ 今後は、現在生産停止しているメーカーからの商品供給が、徐々に始まる。
		旅行代理店（従業員）	・ 新しい仕事を3件受注しており、今後はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・ 今は転入、転出が多く本来ならば商品が動く時期であるが、東日本大震災の影響もあってか、贈答関係は全く伸びていない。高単価である贈答関係が伸びない限り売上は低迷するが、今後もこの傾向は続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 先が見えないなか、東日本大震災に伴う自粛もあって、外食は控えられる傾向にある。予断を許さない状態が、ここ2～3か月間は続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 商品によってばらつきが出ると思うが、良くなっていく商品もありそうである。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・ 東日本大震災の影響は、かなり大きい。復興が軌道に乗るまで、国民全体が暗い気持ちのままである。また、色々な商品が値上がり傾向にある。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・ 商品の緊急性、安全性、保存性などに対する消費者の志向は、少しずつ変化している。食品は、大きく伸びることもなく推移していく。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・ 東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響が今後どうなるか、全く不透明である。
		百貨店（売場主任）	・ 一部では東日本大震災の影響も出てくるが、全体的に見れば、購買意欲は低い状態で安定的に推移していく。
		百貨店（店長）	・ 今後、東日本大震災に伴う買い控えが解消されても、供給の悪化は依然として懸念される。
		百貨店（販売担当）	・ 例年通りであれば、ゴールデンウィークには多くの集客、売上がある。しかし、東日本大震災からの復興状況や、福島第一原子力発電所事故への対応状況によって、今後における消費者の不安感は今と違ってくる。
		スーパー（店長）	・ 東日本大震災の影響で、スーパーでは需要が増えている感がある。しかし供給が不安定であるため、売れる商品を仕入れられるかどうか、今後も心配である。
		コンビニ（企画担当）	・ 東日本大震災による交通、生産基盤への被害は甚大であり、今後は生産や輸出の減少、供給不足に伴う商品価格の上昇の他、観光産業への影響も想定される。ただし、コンビニの現場の雰囲気は判断すると、今後も底堅く推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・ 東日本大震災や福島第一原子力発電所事故からの早期回復は望めない。工場が稼働を再開し新車が安定的に供給されるまでは、商談に活気は出てこない。
		住関連専門店（営業担当）	・ 東日本大震災の影響で、住宅建築業界では各資材価格が上昇し、調達困難な資材も出てきている。新築工事を中心に価格が上がり始め、今までのデフレからインフレになりつつあり、現場は厳しくなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 来客数は下げ止まりつつあるが、東日本大震災以前の状態を回復できるのはいつ頃か、目処が立たない。
		タクシー運転手	・ もともと景気が悪いなか、東日本大震災が起こり、人出は少ない。2～3か月で良くなるとは考えられない。ただし、これまでずっと悪い状況が続いているため、今後も悪い状態のまま横ばいが続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・ 予約人数は、各ゴルフ場でばらつきがあるものの、平均すれば前年並みである。今後は少し悪い状態で推移するが、5、6月はゴルフシーズンでもあり、大きな増減はない。
		美顔美容室（経営者）	・ 4月からキャンペーンを始めるが、客から新規客を紹介して貰ったりという動きは、今年もあまり変わらない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ 東日本大震災で被災した東北地域の営業所への支援のため、当面新たな取組はできない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・ 地上デジタル化が完了するが、テレビ以外に魅力的な商品は少ない。電気給湯器、太陽光発電も、販売台数には限界がある。
		商店街（代表者）	・ 東日本大震災後、主原料は早期に手配し確保できているが、包装用のフィルムが被災地で生産されていたため、今週で在庫が無くなる。今後入荷できなければ、商品を生産できず出荷はできなくなる。このように思わぬ商品を入荷できず、方々で不安が生じて景気が悪化する、ということもあるのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・東日本大震災の影響が、これから徐々に出てくる。当店でも、電気を少なくしたり閉店時間を早めたりと節電している。客の買い方も、徐々に節約が増える。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・これまでは良くなる傾向が感じられたが、東日本大震災後は、企業や個人が慶弔に関しても自粛している。今後も自粛や抑制した付き合いが続くと思われ、贈答品店の先行きは厳しい。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・東日本大震災の被災地の報道が絶えず流れているため、客は質素節約を志向する様子がある。このため経済活動は停滞し、景気はやや悪くなる。また、当店では原材料は今のところ順調に入荷しているが、副資材の一部が非常に入荷しにくくなっており、先行きが不安である。景気回復には、今まで想定していた以上の日数が掛かる。
		一般小売店〔惣菜〕 (店長)	・今後、東日本大震災の影響が出てくるのは確実である。特に中元などでは、商品供給の面も含めて相当厳しくなる。
		百貨店(売場主任)	・東日本大震災の影響で入荷が止まっていた東京方面のメーカーから、一部の商品はやっと届くようになったが、まだまだ順調ではない。客の様子を見てみると、ぜいたく品の購入を控えて、地震に備えた商品を買うという客が多い。今後もやや厳しい状況が続く。
		百貨店(企画担当)	・東日本大震災前までは、2か月連続してゆっくりした景気回復を実感できた。しかし震災以降は、福島第一原子力発電所問題も重なり、消費者の購買意欲の減退が強く感じられる。この状況は数か月間続き、景気回復までには時間が掛かる。
		百貨店(販売担当)	・東日本大震災後は来客数が非常に減っており、今後もこの傾向が続く。
		百貨店(営業企画担当)	・東日本大震災による消費者マインドの低下は、今後も継続する。また、円高、株安による影響も懸念される。
		スーパー(経営者)	・今月の急な落ち込みがいつまで続くか、見通しが立たない。今後は、今よりは悪くなる。
		スーパー(経営者)	・地域で開催予定であった多くのイベントが、東日本大震災に伴う自粛で、すべて中止になっている。その影響で、小売業者、関連業者は一段と厳しくなる。
		スーパー(店長)	・東日本大震災の影響で、小麦を始めとした農産物の値上がりなど、非常に大きな影響が出てくる。小麦以外の農産物でも商品の仕入れが非常に困難になっており、特に放射性物質が検出された商品は価格の高騰が予想される。今後は非常に厳しくなる。
		スーパー(店員)	・東日本大震災の影響で、かなり買いためている客が多く、その分、今後は買い控えが起こるのではないかと。
		スーパー(店員)	・客が低価格商品に流れる動きは今後も変わらず、今後も景気はやや悪くなる。
		スーパー(総務担当)	・東日本大震災の特需の反動で、今後売上は若干減少する。また、全商品でこれまでの販売計画を中止せざるを得ないため、これも売上減少の要因になる。
		スーパー(営業担当)	・東日本大震災後の自粛ムードのなか、節電や買い控えなどによって消費は伸びない。また、関東、東北の工場閉鎖や福島第一原子力発電所事故による農水物への影響もあり、景気はやや悪くなる。
		スーパー(販売促進担当)	・東日本大震災への政府の対応、情報が明確でないため、被災地域外の客も不安に感じており、それが消費行動に表れている。福島第一原子力発電所事故に対しても同様であり、風評等により生鮮商品の販売に影響が出ている。また、計画停電等の影響で出荷停止や入荷の遅れもあり、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・この3か月間ほどは景気が回復する兆しを感じられたが、東日本大震災によって、自動車関連などの製造業の操業停止が続くことを考慮すると、5、6月にも影響は残る。
		コンビニ(エリア担当)	・東日本大震災の影響は当面継続し、購買意欲が積極的になることはない。
		衣料品専門店(経理担当)	・東日本大震災以前は徐々に好調さを取り戻していたが、地震後は衣料品、身の回り品、娯楽品等の購買が止まっている。食料品、電気機器、防災用品は好調であるため、全体の売上に変化はないが、今後影響は徐々に広がっていく。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・今後、東日本大震災の影響が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・客の飲食する場所が駅前周辺になっており、人の流れが変わっている。今後もこの傾向は続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が例年よりも少ない。
		都市型ホテル（経営者）	・景気が踊り場を抜け出す兆しが出ていたところに、東日本大震災が起きた。今後の影響も不確定であり、景気の回復は遅れる。
		都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所の問題で、海外からの宿泊客が見込めない。宴会も、大手企業は自粛する。
		都市型ホテル（経理担当）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故による影響で、今後も人の流れが停滞するため、ホテル業界の景気はやや悪くなる。
		観光名所（案内係）	・東日本大震災の様々な影響が、当地域に出ている。回復まではしばらく時間が掛かる。
		パチンコ店（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛ムードは、今後も続く。
		美容室（経営者）	・東日本大震災の影響で、多数のイベントが中止になり、髪の毛をセットする客が減少している。この状態はしばらく続く。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の発生直後から、名古屋への資材流通はストップしている。当地域の工事は少なくなるが、今は東北の復興が急務である。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、客は住宅購入に慎重にならざるを得ない。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、着工の遅れや資材価格の高騰により、今後はやや悪くなっていく。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・管理物件のメンテナンス業者の話によると、建築資材等がかなり品不足になっており、仕事が進まないとのことである。
	悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・家電エコポイント制度が終了し、東日本大震災の影響で供給がストップする商品もあるため、今後の景気は悪くなる。
		百貨店（販売担当）	・東日本大震災による影響は、特に自動車関連企業で大きい様子であり、今後当地域にも確実に出てくる。
		百貨店（経営企画担当）	・東日本大震災による特需も予想されるが、嗜好品や高額品を中心に買い控えが大きく、今後の景気は悪くなる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響により、商品の入荷状況がかなり悪化しており、売上の確保は非常に難しい。また、福島第一原子力発電所事故の影響で、放射性物質が検出されているため、生鮮食品の入荷減少、価格高騰、買い控えが、今後もかなりの期間続く。
		スーパー（店員）	・東日本大震災の影響で、各メーカーから納品遅れの通知を何通も受け取っている。商品の安定確保が困難であるため、広告チラシを作成するのが非常に困難である。また、卵の仕入れ値が開店以来最高になったり、野菜の価格も徐々に上がってきたりしている。しばらくは、福島第一原子力発電所問題とガソリン価格の動向に大きく影響される。
		スーパー（営業企画）	・東日本大震災後、自動車関連を始めとしたメーカーの生産がかなり不安定になっており、これが消費にもかなり影響してくる。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響で今後商品の品ぞろえが少なくなると、厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、商品が入荷しなかったり、工場の稼働が落ちたりしている。今後これが長引くようならば、ますます悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費者マインドの冷え込みが加速する兆候が、各方面で見られる。そのため、今後の景気は悪くなる。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響で、たばこやビール、飲料水など供給が停滞する商品が続出している。今後は販売する商品がなくなり、売上は相当に落ち込む。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響により、しばらくは消費者心理にマイナスに働くため、コンビニ業界の景気は悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・もともと低迷したところに、東日本大震災が追い討ちをかけている。緊急な必需品ではない洋服は、今後は一番に買い控えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・他地域の電力会社による計画停電の発表後、電池、懐中電灯とラジオが2日間で売り切れた。入学や新生活の需要は堅調であるものの、東日本大震災の影響のためか、それ以外の売上はない様子である。近隣の自動車工場でも、部品不足のためか休業中である。2～3か月後は、テレビの完全地上デジタル化のため、2、3台目の買換え以外の需要はほとんど期待できない。
		家電量販店（店員）	・東日本大震災で、生産に影響が出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響は、次第に大きくなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーによる生産が再開しない限り、今までのようには売れない。また、4月から自賠責保険料が上がることを見越して3月までに注文した客もあるなか、納期が遅れるとその分を当店が負担することになる。この先どうなるのか、全く見通しが立たない。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響で、新車の生産に目処が立っていない。自粛ムードもあり、販売にはなかなか結び付かない。
		乗用車販売店（経理担当）	・今後、東日本大震災の影響による買い控えが懸念される。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・将来不安のため、高額商品の買い控えが増えている。また、買い方も非常に慎重である。今後販売が上向く気配は、全くみられない。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ると、すべての業種、企業、職種で低迷しており、経営不振に陥っている。客の景気が悪く、当店で足を運ばない状態であるため、今後当店の商売も悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因が見つからないなか、東日本大震災が起きた。今後は食生活等にも影響し、外食はなくなる。
		スナック（経営者）	・例年ゴールデンウィーク明けは消費が冷え込むが、今年は大型連休になる企業が多いため、特に影響を受けそうである。今後は厳しくなると話す客も多く、不安は大きい。
		観光型ホテル（販売担当）	・新年度からやっと戻り始めていた企業、団体からの予約が、半分ほどキャンセルされている。今後も2、3か月間かそれ以上、影響が続くことは必至である。早急な対策が必要であり、早くも新年度の計画見直しを迫られている。
		都市型ホテル（営業担当）	・自動車関連、電機関連の製造業からの予約が、軒並みキャンセルされている。今後の見通しも全く立たない。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の復興需要がある建設、建築関連では、徐々に上向きになると思われる。しかし旅行業界では、今後半年間以上、悪化に歯止めが掛からない。被災地の窮状も、仕事面では「明日は我が身」である。非常に厳しい。
		旅行代理店（経営者）	・成田、羽田を中心に、外国の航空会社が減便等を始めている。海外客の予約キャンセルも始まっており、観光産業ではアメリカ同時テロ事件、SARS問題以来の危機的な状況である。また、福島第一原子力発電所問題の長期化や夏場の東京での電力不足は海外にも不安を与え、企業業績は一層悪化する。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災災害からの復興には、時間が掛かる。観光業界では、厳しい状況が続く。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響で、企業の周年行事の旅行、パーティが軒並みキャンセルされ、予算が義援金として寄付されたりしている。今後出てくるはずの団体旅行も、差し控えられる。福島第一原子力発電所事故の展開次第では、今後更に予測できない悪化を招く恐れがある。
		タクシー運転手	・東日本大震災に伴う各企業の自粛で、夜の繁華街の人はかなり少なく、歓送迎会が多いこの時期でもタクシー需要はあまり見込めない。このまま自粛が続くと、東海地域の経済活動も一層停滞し、景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災後、当社のタクシー1台当たりの売上は、2割程度減少している。また、自動車メーカーの操業停止、ガソリン価格の高騰、プロ野球の開催延期など、沈滞ムードが広がっている。回復には時間が掛かる。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響は、今後も長引く。

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

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

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

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	競輪場（職員）	・4月以降の開催についても今の段階では未定だが、実施決定に至った場合は、久しぶりの競輪開催ということで、常連の客を中心に客足が伸びるのではないかと予想される。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響で、乾電池や水などを被災地に送る客も来店しており、売上も上がっている。通常の品目については変化がなく、客数にも変化が見られないので現状のまま推移する。
		コンビニ（店舗管理）	・東日本大震災の影響で数か月は自粛モードに変化はない。消費活動も活発になるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・基本的には変わらないと思うが、岩手県、山形県、宮城県にも縫製工場があるため、東日本大震災発生後1週間受注中止に追い込まれている。また、納期も通常の倍の日数で影響はかなり大きい。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電が東日本大震災後大幅に売れ行きを伸ばしており、また省エネ家電も大きく期待できるため、メーカーからの商品供給に問題がなければ全体的な消費マイナス分はカバーできる。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きの見通しがいいことや長く大切に使う節約志向のため、消費意欲は低下していると感じる。車の複数所有は1台に集約するなど総数の減少も加速している。
		自動車備品販売店（従業員）	・タイヤ履き替え需要も高まると思うが、商品選定は慎重である。特に価格には敏感な反応が見られ低単価が予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・東日本大震災の影響で、商品の入荷が不確定になっている。需要に見合う供給が追いつくかどうか不明であり、先が読めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月の予約にまでキャンセルが発生しており、見通しは暗いと言わざるを得ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・東日本大震災の災害復興に向けて、国民全体が協力している状況である。いろいろな面で自粛があり影響が大きい。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの需要は増えつつあるものの急激に伸びることはない。消費者が買い控え傾向にあるため変わらない。
		通信会社（役員）	・アナログ契約のデジタル移行も最終段階にあり、取扱件数も漸減傾向にある。一方で電話サービスの取扱件数は増加傾向にあり、全体として現在の勢いは継続すると予想している。
		住宅販売会社（従業員）	・寒さの影響もあるが展示場への来場者の減少が続き、住宅購入見込み客の情報量が少なくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・毎日ニュースとして被災地の映像を見せられる中で、一般心理としてはマイホームの話には気が引ける人が多い。住宅需要が回復してきた感覚があっただけにやや良くなるとも思ったが、後半の客の動きが例年より悪い状況であり見通しが難しい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響が北陸地方にどの程度影響するのか未知数であるが、良い影響はもたらないので先行き不透明である。
		商店街（代表者）	・国自体の浮沈がかかっており、ムードが最悪である。福島第一原子力発電所問題が解決されないと無理である。
		商店街（代表者）	・しばらくは、どうしても消費を抑える傾向になることは避けられない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・東日本大震災の影響で、物流が円滑に動いていないため商品の動きが悪い。
		百貨店（営業担当）	・商品群によっては、被災地に工場や物流センターを持つ企業が多くあり、全体的にインフラの整備や工場の始業再開までに半年程度は必要なのではないかと思われる。流通業にとっては物が無い限り商売ができない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で、客の買い控えムードが出ている。包材関係など製造が遅れている分野もあり商品の供給が北陸でも滞っている。
		スーパー（店長）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の影響が大きく景気を左右しそうだと感じる。特に、経済面に深刻な打撃を及ぼす。事故の影響による電力不足は、メーカーの生産量を落とし小売店の販売に影響を及ぼす。一部のメーカーの商品は欠品している。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災による日本たばこの製造工場被災のためたばこの在庫状況、また、ペットボトル水の入荷状況を考えると、現状より売上が伸びる予想はできない。
		衣料品専門店（経営者）	・東北地方にはアパレルの下請けも多く、東日本大震災の影響で納期遅れ、未入荷などが想定される。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で落ち着かないなか、洋服を購入する意欲が失ってしまうのではないかと心配している。
		衣料品専門店（総括）	・東日本大震災の影響もあり、消費に対する節約ムードが広がる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント制度終了に伴う販売量の低下、東日本大震災による需要変化が考えられる。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の非被災地ではあるが、流通の確保が困難な状況の中でほとんどの業界に大きく影響を及ぼすため、先行き不透明である。
		一般レストラン（スタッフ）	・食材や店舗修繕の資材などが手に入り難くなっている。葉物野菜が群馬、茨城に移る時期にあり、価格の高騰は避けられない。計画停電による生産の遅れ、物流の遅れなども重なり厳しい状況が続くと見込まれる。製造業でも部品が手に入らず、生産調整、休業していると聞いている。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響による自粛ムードが今後どこまで続くのか計り知れない。観光産業が経済社会に及ぼす影響が非常に大きいものとなっているという社会的認識がより高まってくれば、意外と早く自粛ムードが沈静化するかもしれない。
		通信会社（職員）	・東日本大震災の影響を多方面で受けるとの見方が大半である。
		通信会社（社員）	・北陸は東日本大震災の影響を直接受けていないが、東北地域を中心に稼働が停止した拠点を持つ上場企業もあることから、徐々に稼働停止の影響が出てくるのではないかと懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
悪くなる		その他レジャー施設（職員）	・東日本大震災の影響が、フィットネス業界にも現れてくるように思える。
		美容室（経営者）	・日本の国難を迎えて消費者が消費を我慢する傾向になっている。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響が少し出始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、建築資材の調達が難しく工事の流れも止まる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・東日本大震災の復興および福島第一原子力発電所事故の復旧の見込みが立たない限り景気回復は難しい。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・必要なもの以外を買わない雰囲気の中で、東日本大震災が発生し、購買意欲が低下している。ここ数か月は見通しが悪い。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・原油価格の上昇をはじめとした物価の高騰による影響で良くなる要素はない。
		百貨店（売場主任）	・需要と供給のバランスが崩れ、一部特需も考えられるが、インフレ傾向になっていく可能性があり、買物自粛傾向が否めない。
		百貨店（売場担当）	・周辺に何かしら東日本大震災の影響があるとしている声が多い。質素節約はもちろん大きく消費に影響している。入店客数も3月累計で前年同月比94%、売上は前年同月比88%となり、欲しいもの買おうとしていた客が、ここにきてやめたり、待ったりしている。回復の兆しは見えない。
		スーパー（店長）	・食料品だけにかかわらず、放射線の影響が物流分野にも影響を及ぼすと感じている。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で、客足の減少が止まらない。
		スーパー（総務担当）	・入荷困難、入荷数量が減少する商品が増加している。今後もしばらくこの状態が続く。
		コンビニ（店長）	・必要でないのに購入する動きが良く見える。デザート関連、カップ麺などがほとんど入荷しておらず、店頭に並べられる商品の供給が限られてくる。また、駆け込みや買いだめの動きが沈静化すれば、売上は低下するものと思われる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント制度終了により販売数量は落ち込む。今までの家電エコポイント半減などの際に見られた減少と同様の反動が起こる。
		乗用車販売店（経営者）	・仕入メーカーの生産予定が今後も不安定であり、しばらくは売上も低迷する。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で、自動車販売は全く見通しの立たない状況である。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災の影響はまだまだ続くと考えられ、商品自体も材料などが入りにくくなっているのでもそろえきれないものも出てきている。購買意欲はかなり落ち込むと考えられる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、全国的な自粛ムードはおいそれとは払しょくできない。
		高級レストラン（スタッフ）	・不要不急な消費は抑える傾向が企業や個人でも強くみられ、例年受注の約75%で推移している。
		観光型旅館（経営者）	・旅行や宴会を自粛する動きが多く、キャンセルはあるが予約発生が少ない。また、東日本大震災の影響により仕入コストの上昇も予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・今後の予約状況は東日本大震災・福島第一原子力発電所事故の影響でキャンセル及び旅行の自粛により、大幅に悪化している。
		旅行代理店（従業員）	・県内一円に団体旅行自粛指示や自粛ムードがあり、既に決定済みの団体旅行もキャンセルが続出している。今年中の団体旅行復活は厳しい状況にある。
		通信会社（営業担当）	・新商品発売前の買い控えに入る。
テーマパーク（職員）	・4月以降も、東日本大震災の影響により、大口団体客のキャンセルや自粛、風評被害の影響が相当に予想される。来客数は、前年同月比30%以上の減少が続くものと見込まれる。		
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災により資材の納品にめどがたらず、住宅建築現場の予定が組めない。また今後拡大が予想される自粛ムードにより経済が停滞し個人消費マインドの低下が危惧される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響により、復興需要があり、現在も受注が多く入っており、当面増え続けると考えている。
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・春夏商材として新商品の発売が始まったが、秋冬商材より高付加価値であり、販売量においても予算の達成が見込まれ、この半年間の推移より好転をもたらすものとして期待が大きい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災の影響で、東北地方からの部品調達ができなくなっており、一時的に緊急に受注できるケースが増えている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響で仮需が入ると思っているが、原材料の不足などもあり、非常に不透明な状況が続くと思われる。
	変わらない	輸送業（配車担当）	・軽油価格の高騰が収益を圧迫している。これ以上の価格上昇があると仕事をしていても利益が出ない。
		金融業（融資担当）	・東日本大震災を受けた早急な対応がどこまで進むのか不透明感があり、現状が当面続くものと思われる。
		不動産業（経営者）	・個人が不動産に対して前向きに動くと思っていたが期待はずれであった。法人はまだまだ景気が良いという話が聞かれない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・食品スーパー・家電・衣料関連と日常的なチラシは入っているものの、パチンコ・携帯電話などは落ち込んだ状態で推移していく。
		司法書士	・個人住宅や遊休資産の運用としての不動産取引はあるが、法人の新規事業や事業拡大のための案件は全く無い。
		やや悪くなる	繊維工業（経営者）
	繊維工業（経営者）		・少しは前向きな状況であったが、東日本大震災により先行き不透明となった。
	一般機械器具製造業（経理担当）		・東日本大震災による自動車メーカー、鋼材メーカーの操業停止など今後における不安要素が大きい。
	精密機械器具製造業（経営者）		・現在の段階では東日本大震災前の生産計画に対し一部調整されたものの、ほぼ同程度の数量を予定している。しかし、地震被害の市場への影響や、材料価格の上昇なども懸念されるため、マイナス影響が出てくるのが危惧される。
	通信業（営業担当）		・ようやく需要が出てきた矢先に、東日本大震災が発生し電話装置の供給が滞り、先が見えない状況となった。
	税理士（所長）		・東日本大震災の復興需要で売上が伸びている取引先があるものの、多くの取引先については、仕入ルートの影響で部品などが予定通り入らないため、生産を一時的に停止しているところもある。日本経済全体の歯車のリズムが崩れており、この調整に時間がかかるであろう。
	悪くなる		一般機械器具製造業（総務担当）
		建設業（経営者）	・東日本大震災の災害復興のために国の予算が集中的に投入され、被災地以外の地方に対する国の公共事業予算は減らさざるを得なくなると予想される。地方の建設業者の疲弊、衰退に拍車をかけることになるであろう。
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響で、建設資材の価格上昇や納品遅延が起きており、施工中の工事のコストアップと工期遅れが一部予想される。また価格競争が依然として厳しく、ますます先行き厳しい状況が予想される。
		輸送業（配車担当）	・東日本大震災の影響により、関東からの物流が変化し、東北方面への物流についてもしばらくは通常の状態に戻ることは考えられず、今後急激に良くなるとは思えない。
金融業（融資担当）		・東日本大震災の影響による消費者心理の急激な冷え込みにより、買い控えや宴会などの華やかな行動の自粛が強まるのが懸念される。すでに小売の現場でもこのような動きが見られる。	
雇用 関連		良くなる	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・4月は正社員採用もあり、しばらく派遣社員の需要は見込めない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・経済的・社会的不透明感もあり、採用について慎重になっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・安定して人を採用する動きが少ない。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災は県内企業の業績を悪化させている反面、災害復興政策による需要も期待される。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災が、経済活動に与える影響が懸念される。
		民間職業紹介機関（経営者）	・東日本大震災の影響で業種によっては生産増対応の求人が増えるが、全体的には回復が遅れ、景気悪化につながる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災により、今後、求人数の動向が不透明である。
悪くなる	○	○	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・社会全体が自粛モードから回復に向かい、買い控えられていた商品や春夏衣料の動きが活発化する。
		百貨店（企画担当）	・原子力発電所の事故や計画停電といったマイナスの要素はあるものの、関西では徐々に持ち直しの動きが進む。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災の影響や原子力発電所の問題が落ち着けば、景気回復の動きが始まる。ただし、落ち着くまでは今の状態が続く。
		百貨店（販促担当）	・東日本大震災による消費の自粛モードも落ち着き、暖かくなるころには購買行動にも変化が出てくる。また、今年は省エネへの関心が高まるため、クールビズ関連の商品は例年以上に需要が増える。
		スーパー（経営者）	・景気が良くなるという表現はおかしいが、商品の供給減による特売の減少で商品単価が上昇するほか、放射線問題で関東や東北地区の農畜産物の動向が不透明なため、野菜類、畜産物の相場も上昇しやすい。
		乗用車販売店（営業担当）	・前月までに比べると全体的に単価が上がってきているため、先行きはやや良くなる。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災で今は厳しいが、客からは前向きに生きようという気持ちを感じられるため、2～3か月後には購買意欲が戻ってくる。
		住関連専門店（店員）	・引っ越しを延期していた客による買上が出てくるため、やや良くなる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・東日本大震災の影響で冷え込んでいるものの、復興モードで消費は拡大する。
		一般レストラン（経理担当）	・東日本大震災の発生から2週間程度が過ぎ、原子力発電所の事故の先行き是不透明ではあるが、東京の生活には正常化の傾向がみられるため、先行きは多少回復する。
		旅行代理店（経営者）	・キャンセルの半分は関東方面のテーマパークへの旅行であるため、早期の開園が望まれるが、全く見通しが立っていない。現状がこれだけ落ち込んでいるため、今後は良くなるものの、どこまで回復するかは予想できない。
	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・東日本大震災による影響が懸念されるものの、プロ野球がシーズン入りするほか、今年のゴールデンウィークは家族向けのイベントもあるため、来場者数が増加する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・現在は特殊な状況であるため、先行きの見通しが立たない。
		商店街（代表者）	・東日本大震災に対して西日本が果たすべき役割などが報じられ、西日本の消費ムードが上がりれば何とかなる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・東日本大震災と原子力発電所の事故による影響を受けたまま、低空飛行が続くことになる。
一般小売店〔自転車〕（店長）		・東日本大震災の影響も多少出てくるため、まだ景気が回復に向かうことはない。	
百貨店（売場主任）		・東日本大震災の影響は非常に厳しく、消費マインドも上がってこない。	
百貨店（売場主任）		・客の消費マインド次第であるが、すぐに回復する状況にはない。また、一部の紳士服の取引先は東北や関東に工場を持っているため、商品の供給にも影響が出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・春、夏物商材の本格的な展開が始まり、個性的なブティックを中心に婦人衣料の販売が増えるほか、紳士衣料もおしゃれ志向の高まっている団塊世代を中心に売上が伸びる。ただし、全体的には東日本大震災からの復興状況に左右される。
		百貨店（営業担当）	・富裕客の間では高額商品を買う傾向が出てきているが、全体的には買い控え傾向が強まるほか、新規オープンした店との競争も激しくなるため、先行きは厳しくなる。
		百貨店（店長）	・東日本大震災以降、客の消費マインドがかなり冷え込んでおり、特に高額商品が大苦戦している。また、食料品や水などを中心に、商品の供給が追いついていない状況が続いているため、先行きの見通しは相変わらず厳しい。
		百貨店（婦人服）	・東日本大震災の直接的な被害はないものの、関東への救援物資といった一部の商品を除いて消費意欲の減退が顕著であるため、回復には相当な時間を要する。
		スーパー（経営者）	・客の間には、少しでも値段の張る商品の購入を控え、買得商品を探す傾向がみられる。
		スーパー（経営者）	・震災の影響がどのように波及してくるのか、関西に住む者にとっては予想が付かない。
		スーパー（店長）	・来客数が減少している大きな理由は競合の激化であるため、よほどの景気回復か競合環境の変化がなければ、来客数は増えない。
		スーパー（企画担当）	・外部環境の変化はみられないため、新年度の売上は前年比で97～100%の推移となる。
		スーパー（経理担当）	・消費の自粛ムードや内食化志向、食品の安全に対する不安、買いためによる反動減、計画停電の有無など、今後もプラスとマイナスの要素が混在し、方向性が判断しにくい状況が続く。
		スーパー（販売担当）	・来客数は前年並みであるが、競合相手との競争で価格をかなり下げしており、買上金額は前年の水準に達していないため、先行きの見通しも厳しい。
		スーパー（企画）	・東日本大震災や原子力発電所事故からの復旧の見通しが立たず、先行きに対する不安はぬぐえない。保存の利く食料品などに消費が偏る傾向は、今後しばらく続く。
		スーパー（社員）	・今月に入っても気温の低い日が多く、食品フロアの好調な状況が続いている一方、春物商材の動きは悪い。今後も東日本大震災による消費の抑制は若干長引くため、厳しい状況が続く。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・政治や株価が安定してくるほか、東日本大震災からの回復が徐々に進めば、多少は良くなる。関西でも地震の影響が大きく、先行きが懸念されるものの、春から夏にかけて徐々に良くなっていく。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・インターネット販売では新規顧客が増えつつあるが、全体的には変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で、消費者が外食を敬遠する傾向が強まっている。一方、野菜価格などの高騰で調理コストが高まり、相対的に外食が割安になるため、外食を利用する誘因が高まっていく。この2つの要素が相殺し合うため、今後も現状と変わらないレベルで推移する。
		一般レストラン（経営者）	・個人客の状況は多少回復しても、結婚式、大口の宴会はまだまだ自粛の動きが続くため、先行きの見通しが立たない。
		一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災による影響が不透明で、先の見通しが立たない。
		一般レストラン（スタッフ）	・現状で大きな変化はみられないが、やや悪くなるという要素を多く含んでいる。
		一般レストラン（店員）	・全体の動きは上向いているが、東日本大震災の影響が西日本にも徐々に出てくる。
		観光型旅館（団体役員）	・キャンセルが増加しており、今後は東日本大震災や原子力発電所の問題がどう推移するかによって左右される。
		都市型ホテル（客室担当）	・原子力発電所の事故の動向次第であるが、消費も自粛ムードとなっているため、予断を許さない状態が続く。
		タクシー運転手	・原子力発電所の事故の影響で避難してきた人も、いずれ元の居住地へ戻るため、それに伴ってタクシーの利用状況も元に戻る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー会社（経営者）	・東日本大震災の影響がどう波及してくるのかが不透明である。また、客の財布のひもが固く、企業も経費を極力抑えているため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（経営者）	・例年4月以降は市場の動きが振るわないものの、新機種スマートフォンが複数投入されるため、若干は盛り上がりが出る。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災からの今後の復興状況が不透明である。
		観光名所（経理担当）	・今月は日によって寒暖の差が激しく、雪に見舞われる日もあったが、現在放映中の大河ドラマの影響もあり、売上、来客数共に前月に続いて大幅増となっている。東日本大震災でもう駄目かと悲観していたが、地震の当初は団体客は32%減、一般客は7%減と、団体客が大きく減少した一方、その後は10%減まで戻っている。春休み以降は平日を含めて個人客を中心に伸びているなど、大河ドラマの恩恵で来客数の大幅な減少は避けられる。
		美容室（経営者）	・旅行をキャンセルしたり、会食をやめたりする人が多く、客足も少なくなってきたため、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、例年寒い時期には来客数が減る。この時期には増えてくるはずが、今のところは冬と同じで増えてこないため、今後も厳しい状況となる。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・東日本大震災による被害エリアが広範囲であり、復興に時間が掛かることから、今後も厳しい環境が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災により近畿圏に一時避難する動きとして、賃貸オフィス、住宅のニーズが高まっている。原子力発電所の事故による放射線の問題が続けばニーズは更に高まるが、放射線の影響がなくなれば一時避難の動きも終わる。
	やや悪くなる	一般小売店〔花〕（経営者）	・東北地方で生産が停滞している影響がどのように出てくるかは不透明であるが、しばらくは混迷した状態が続く。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・客からは、被災地に比べればぜいたくといった声がよく聞かれる。消費者の気持ちの上でも不安定な要素が多いため、必要以上の買物は抑えられる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・一部の商品が在庫切れになるなど、東日本大震災の影響で商品の流通が悪くなっている。今後はまだまだ問題が出てくる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・東日本大震災の影響で景気は悪くなり、改善するまでには半年程度かかる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・東日本大震災の影響は、今後2～3か月は続く。
		一般小売店〔花〕（店長）	・今後も東日本大震災の影響が続くほか、物価の上昇も進む。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・今月は東日本大震災で関西でも様々なイベントが中止、縮小となり、テレビでも地震のことばかりが報じられているため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（サービス担当）	・来月開催予定の東北物産展といった催事が中止となったほか、東北地方からの食材の入荷予定も立たないなど、今後様々な商品に影響が出てくる。また、物価の上昇も進むため、販売は苦戦する。
		百貨店（売場担当）	・大手アパレル各社の生産拠点が関東、東北地方にあり、生産への影響が出ているほか、最も市場規模の大きい東京地区の市場環境が悪化、消費マインドも低下している。今後、需要の停滞を考慮した夏物衣料の生産調整にもつながってくる。
		スーパー（店長）	・食品の客単価や販売点数の改善が売上をけん引しているが、今後は供給不足が更に強まるため、売場で商品不足が売上の減少につながる。
		スーパー（店長）	・生活必需品の買いだめによる反動が出るほか、東日本大震災による心理的な影響も含め、旅行、行楽の減少といった不要不急の商品に対する買い控えが出てくる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響でまとめ買いなどの偏った販売状況が続くなど、回復にはかなりの時間を要する。
		スーパー（広報担当）	・東日本大震災によって消費マインドが冷え込むため、先行きの見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（管理担当）	・東日本大震災のような災害が起こった今、どのような経過をたどるか予想ができない。政府の対応も後手に回った感があるなど、様々な面で厳しい状況となる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災による来客数の増加はあくまで一時的な動きで、1～2か月後には落ち着くため、その後は売上が元の水準に戻る。
		コンビニ（店長）	・今後はたばこの仕入状況も厳しくなるほか、各種消費の原料が品薄になれば売上にも響いてくる。
		コンビニ（店員）	・東日本大震災の影響で入荷できない商品が多いため、売上にもかなり影響が出る。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の予約販売台数が少なく、車検や一般修理の台数も伸び悩み気味であるため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期を終えて客の動きが一段落するほか、新車の納期も未定となっている。
		乗用車販売店（販売担当）	・復興が進むものの、原子力発電所の問題は長引くこととなるため、見通しは暗い。
		一般レストラン（スタッフ）	・復興の動きが進み、原子力発電所の問題が終息に向かうまでは、消費の自粛ムードが続く。また、関東での電力不足や東北の産業が受けた打撃による影響も、全産業に波及してくる。
		スナック（経営者）	・頑張ろうという前向きな気持ちが客に伝わればよいが、かなり困難である。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災の影響が今後1年間は続く。それまでも政治の混乱などで大きな期待は持っていなかったが、地震によって更に厳しくなる。
		都市型ホテル（支配人）	・東日本大震災の被害は甚大であり、復旧、復興には数か月以上の時間が掛かる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年度は宴会自体を自粛する企業が増えている。少人数での予約が目立つため、売上が伸びないなど、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・京都は桜の季節となったため相当良くなる時期を期待していたが、修学旅行もキャンセルが多い。落ち込みが激しいため、今後はまだまだ悪くなる。
		通信会社（経営者）	・今後、東日本大震災の影響がどこまで広がるのか予測できない。
		通信会社（店長）	・今はまだ在庫があるが、今後は東日本大震災の影響で品不足に陥る。
		通信会社（社員）	・関西は東日本大震災の直接的な被害を受けていないが、地上デジタル放送への完全移行を目前に、地震による消費への影響が全く予想できない。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響で、イベントの自粛、キャンセルが相次いでいる。阪神淡路大震災をみても、元の生活を取り戻すまでには4～5年を要するため、現状では明るい未来が想像できない。
		観光名所（経理担当）	・春の集客対策を行っているが、なかなか来場者の増加が見込める要素はない。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・海外からの団体客の減少はこれからも当分続く。ただし、関西での一般客のマインド低下、イベント自粛といった影響は、一時的なものにとどまる。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響で、住宅設備機器や建材が入手困難な状況にある。今後も復興に向けて東日本への供給が優先されるため、新築やリフォームなどの工期が予想しにくくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災による被害の全容が依然として明らかでなく、関西でも企業や消費者の不安感は当面ぬぐえない。
		住宅販売会社（総務担当）	・東日本大震災の影響により、増産と減産という二極化が進む。経済全体としては一次的に停滞する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の義援金などで家庭の出費が増えるため、長期にわたって影響が出る。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・東日本大震災や原子力発電所の事故については、今後の推移が不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・販売の低迷で消費期限の迫った商品は値下げせざるを得ないほか、偏った仕入状況で生の食材を管理するため、利益率も確保しにくくなる。九州新幹線の全線開通の話題も吹き飛ばすなど、先行きの見通しは非常に厳しい。放射線の問題で食品の特需が発生する可能性もあるため、日々変化する市場環境には常に注意する必要がある。
		一般小売店〔食料品〕 (管理担当)	・餅やおかきの材料の米が地震の影響で入ってこなくなるので、悪影響が出てくる。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・東日本大震災が日本経済に今後どのような影響を与えるのか、全く想像できない。少なくとも上向きに変わることはない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・これから夏場に向けて野菜関係の価格はかなり上昇する。品不足にもなるため、大変な状況に陥る。
		一般小売店〔花〕(店員)	・東日本大震災の余波は大きく、客の購買意欲はますます低下する。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・東日本大震災の影響で風評被害も広がっており、明るい兆しはみられない。
		百貨店(外商担当)	・東日本大震災の影響で一部の商品が供給できなくなるほか、高額商品の買い控えが進む。
		百貨店(商品担当)	・客の消費マインドが回復するまでには時間が掛かるほか、東京の会社では東日本大震災の影響で経費を更に縮小する動きがあるため、今後も状況は悪くなる。
		スーパー(店員)	・今回の東日本大震災の影響で、野菜や魚の価格が上がっていくことが懸念される。
		コンビニ(経営者)	・東日本大震災で生産工場が被害を受け、商品が思うように供給されないため、売上計画が立てにくくなっている。
		コンビニ(店長)	・現在は様々な商品が品不足に陥っている。包材なども不足しつつあるため、今後は更に状況が悪化する。
		コンビニ(広告担当)	・東日本大震災の影響が大きく、部分的には関西への特需もあるものの、東日本の停滞によって消費全体が冷え込んでくる。
		衣料品専門店(経営者)	・単価の高い商品が売れずに客単価が低下し、全体の売上が伸び悩んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店(経営者)	・東京の仕入先から、春夏物に欠品が出るという連絡が入ってきている。市場が品不足になるほか、客の間で生活防衛の姿勢が強まり、必要な物しか買わない傾向が更に強くなる。
		衣料品専門店(販売担当)	・東日本大震災の影響で物価が高騰し、衣類にお金を掛ける人は激減する。
		衣料品専門店(販売担当)	・関西でも友人や知人、親戚を引き受ける人が増え、余裕がなくなるため、販売状況はますます悪くなる。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・東日本大震災による消費の自粛ムードが広がっているため、先行きの見通しは厳しい。
		家電量販店(経営者)	・アナログ放送終了に伴い、デジタル放送対応テレビの需要は増えているが、東日本大震災の影響が出てくるため、堅実な経営努力が必要となる。
		乗用車販売店(経営者)	・東日本大震災の影響で消費マインドが冷え込んでおり、先行きの見通しは厳しい。販売車種の供給予定が全く分からないため、客に質問されても答えられない状況である。
		乗用車販売店(経営者)	・今月は例年どおりの年度末らしい仕事が多かったが、東日本大震災によって自動車部品の関東からの供給が滞っている。今後、自動車販売や修理の業務に大きな影響が出てくる。
		自動車備品販売店(営業担当)	・東日本大震災の影響で部品の供給が止まっている。新車の生産も止まっており、先行きの見通しが立たない。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・東日本大震災による被害の全容も明らかではないため、今後復興にどれだけの年月が掛かるのか分からない。消費者の間ではぜいたくや浪費を抑える傾向が続くため、上昇ムードにはならない。
		その他専門店〔宝飾品〕(販売担当)	・直接的に被災していない人も、宝飾品などのぜいたく品を購入する意欲が低下しているため、ますます客離れが進む。
		高級レストラン(支配人)	・東日本大震災により関東からの客が増え、販売量も増えたが、市内のイベントがキャンセルとなっている。今後、一般観光客が徐々に減少するため、販売状況も悪化する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・客の会話では東日本大震災の影響でどんどん悪くなるという話が多く、先行きに明るい話題がない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・当面は内食化傾向が続き、飲食業界では売上の減少が進むため、それが利益の縮小に直結する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東日本大震災の影響で商品の流通状況が良くないほか、客もあまりお金を使わない傾向にあるため、見通しは厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・個人客のキャンセル分はほぼ戻ってきたが、団体客に関しては自粛、延期が続いている。現在は6月の予約分まで大きな影響が出ており、この先どうなるのか予想できない。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災によって売上にかなりの影響が出ている。宴会や婚礼、宿泊のキャンセルが相次ぐなか、仕入れや光熱費などの経費は増えているため、今後も業況は悪化する一方となる。ただし、宿泊や食事、冠婚葬祭のための施設は地域に必要なため、何とか打開策を考え、復興に協力していく。
		観光型旅館（経営者）	・旅行に出掛ける雰囲気が出てくるまでには、相当な時間が掛かる。
		観光型旅館（経営者）	・生活用品や飲料水、食料、雑貨、石油製品などの全体的な値上がりや品不足による景気の悪化は避けられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災による首都圏の計画停電により、ビジネスが停滞している。特に製造業では先の予測が立たない状況で、宴会などの定例会合や新規予約が止まった状態にある。本社機能の大阪移転に動き出した取引先もみられるが、売上にはつながっていない。
		都市型ホテル（総務担当）	・原子力発電所からの放射線漏れが止まれば良くなる可能性もあるが、東日本大震災の影響が今後も続く。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宴会部門で企業、団体客による利用が減少するほか、宿泊部門は外国人旅行客の激減で収入が大きく落ち込む。個人客の消費マインドも低下傾向にあり、諸問題が解決するまでにはかなりの時間を要するため、来年度の第1四半期は厳しい状況となる。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災の影響で、今後は更に状況の悪化が進む。
		旅行代理店（従業員）	・関東での計画停電や、消費の自粛ムードが終わるまでは状況の悪化が進む。
		旅行代理店（広報担当）	・東日本大震災からの復興を原子力発電所問題が阻んでおり、いつまでこの状況が続くのか全く分からない。どこが底なのかも分からない状態となっている。
		通信会社（企画担当）	・当分は消費マインドの低下が続くため、業況の悪化が進む。
		競輪場（職員）	・公営ギャンブル全体が冷え込むなか、先日発生した東日本大震災による影響は計り知れない。
		競輪場（職員）	・東日本大震災の影響やガソリン価格の上昇により、景気は冷え込むことになる。現時点では競輪が開催できるのか分からず、先行きの見通しが全く立たない。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響で、構造用合板などの主要な建材の流通がストップしている。新規受注が決まっても、建材が入荷しなければ建築できない。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響が必ず出てくる。既にハウスメーカーなどは資材不足のため、新規受注を中止している。今後、地震による被害の全容が明らかになり、原子力発電所の問題が解決するまでは、消費も停滞する。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・東日本大震災からの復興には時間が掛かるため、様々な面で悪影響が出てくる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・東日本大震災の復興工事が始まると、東北、関東優先で資材が供給されるため、関西では住宅資材がますます入手できなくなる。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・西日本の企業でも、東日本大震災による業績の下振れの動きが多く出てくる。西日本への業務の一部移転といった震災関連需要も発生するものの、マイナスの影響を押しよけるには至らない。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	— 木材木製品製造業（経営者）	— ・新規事業が立ち上がり、販売やサンプル請求の状況は予定どおりであるため、売上、利益共に徐々に伸びていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（企画担当）	・東日本大震災の影響で同業他社が操業停止となっており、応援のための生産が急増しつつある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の復興作業の進行状況によって工場の稼働率が左右される。一部の製品への注文は既に増えてきている。
		建設業（経営者）	・土壌汚染調査については、先行きの予想が立たない状況である。その一方、東日本大震災以降はホームページへの問い合わせが止まっていたが、徐々に戻ってきている。
		輸送業（営業担当）	・東日本大震災によって物流が止まってしまった反動で、今後は忙しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・東日本大震災による影響は、広告業界では3月一杯で底を打つ気配がある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・不動産のニーズが関西では増えてくる。
	変わらない	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・今後も配達量に大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で一部の部品が入手できず、納期が延びるケースも出てきている。その一方、特急扱いでの注文もあるなど、今後は一進一退の動きとなる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・東日本大震災による被害や、原子力発電所の事故からの復興には時間が掛かるため、需要の回復は困難である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響が早速出ており、部品関係の入荷に支障を来している。受注が伸びても生産量は限られるため、良くはならない。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の被災地で生産されている建設資材の納期問題が発生している。今後は廃棄物処理や、仮設住宅の建設後の本格的な復興活動による人手不足も懸念されるほか、建設資材の高騰が既に始まっているなど、今後も厳しい状況となる。
		輸送業（営業担当）	・今まで関東や東北地方の工場で製造されていた物が関西に移ってきており、荷物は増えているものの、景気自体は変わらない。
		輸送業（営業所長）	・東日本大震災の影響で工場がフル稼働しておらず、取引先からは資材や部品の調達が困難との声が聞かれるなど、今後も厳しい状況となる。一方、海外の航空会社の一部で原子力発電所の事故による影響を避ける動きがみられる。成田空港行き貨物の輸入貨物が関西国際空港に入ってきているため、上屋の貨物が通常より混雑している。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・原子力発電所の問題もあるが、不足している資材の量も今すぐに海外から調達できる規模ではない。何とか現状が維持できればよいが、先行きは不透明である。取引業者とは情報交換を毎日行っており、このような状態で先行きが良くなるわけがない。
		食料品製造業（経理担当）	・東日本大震災による影響が徐々に取引先へと広がっており、今後は債権の回収などが難しくなる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料の仕入れの遅れで、取引先では生産計画の変更が多くなっているため、先行きはやや悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・出版、印刷業界では関西でもインキ、用紙などの原材料が不足しており、今後の見通しが立たない。生産することができなければ雇用情勢も厳しくなるため、被災地の復興と工場などの復旧が急がれる。
		化学工業（経営者）	・東日本大震災で全滅した仕入先工場がいくつかあり、その影響で様々な原材料が入手しにくくなっている。また、関東の得意先も計画停電の影響で生産活動がかなり制限されているため、受注にも悪影響が出てくる。
		化学工業（管理担当）	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響で材料が入荷しないため、生産ができない。自動車会社向け部品のキャンセルが入っているほか、千葉県や茨城県での工場の再開見通しも立っていないため、先行きの見通しは厳しい。
		金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災による復興需要も出てくるが、電力不足による計画停電で生産、経済活動が鈍化する。
		金属製品製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で取引先の組立ラインが休止しており、今後大きな影響が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災による影響が大きく、夏ごろまでに本格的な稼働が可能かどうかは不透明である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響で部材の調達が遅れている。着工済みの物件は別として、計画中の物件は動きがしばらく停滞することになる。
		金融業（営業担当）	・東日本大震災の復興の進行状況に景気は大きく左右される。関西にとっては震災復興の動きがかぎとなる。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは東日本大震災による消費の自粛と節約が続く。
		経営コンサルタント	・一進一退であった受注状況が、東日本大震災で大きな打撃を受けている。キャンセルや値引き交渉といったマイナスの要素も大きいため、先行きの見通しは厳しい。
		司法書士	・案件があまりないほか、東日本大震災による日本全体への影響を考えると、現状維持も難しい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸出関連の得意先社が多いため、最近の円高は非常に厳しく、大変な状況となっている。しばらくの間、好転することはない。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・東日本大震災の影響で、当面は広告予算の削減を進める広告主が増える。
	悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、東北や関東の建築物への被害、計画停電による工場閉鎖が相次いでいる。飲料水を生産しても大半が被災地に送られるため、西日本での販売は限られてくる。
		繊維工業（団体職員）	・催事の中止などでタオルの需要に影響が出る。
		繊維工業（総務担当）	・しばらくは消費マインドが盛り上がってこない。
		繊維工業（総務担当）	・東日本大震災の影響で得意先の店舗が休業となったほか、商品の搬送ができず、取扱高が急激に減少している。今後は徐々に落ち着いてくるものの、元々が構造不況業種であることから、先行きの見通しは大変厳しい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響がプラスになることは考えられない。同業他社でも出荷が大きく落ち込むなど、先行きの見通しは厳しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災による原子力発電所の事故が、世界の原発計画に影響を与えることは避けられない。原発関連の機器を扱っている当社にとって、今後は経営環境が極端に悪化する。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・国内政治に対する不安や、東日本大震災による影響で、今後も悪化傾向が進む。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事があっても材料が手に入らないため、良くはならない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災による影響は、今後半年間は続く。主要な幹線道路や衣食住の整備が終わって安定感が出てこなければ、回復は更に遅くなる。
その他製造業〔履物〕（団体職員）		・東日本大震災の影響で東日本での売上が大幅に落ちているため、今後は様々な影響が出てくる。	
建設業（経営者）	・東日本大震災の影響であらゆる所に自粛ムードが広がっている。資材の供給難に加え、原油価格の高騰に伴う建築資材の値上げも予想されるため、身動きがとれない。		
通信業（管理担当）	・東日本大震災からの復興には、かなりの時間と資金が必要となる。		
不動産業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、売買や賃貸の動きが止まったり悪くなったりしている。関東では計画停電や原子力発電所の事故の影響もあり、まだ半年は不安定な状況が続く。		
新聞販売店〔広告〕（店主）	・東日本大震災の情報を求めている人が多く、新聞の即売が伸びている。ただし、全体的に自粛ムードが広がっている影響で、折込広告も徐々に減っており、先行きの見通しは厳しい。		
広告代理店（営業担当）	・影響の大きさは分からないが、既に東日本大震災による影響が出ているため、今後も状況は悪くなっていく。		
経営コンサルタント	・東日本大震災の影響で先行きの見通しが全く立たない。中小企業は現状の営業を続けるしかなく、一部商品では突出した需要が予想されるものの、基本的には守りの姿勢となる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コピーサービス業（従業員）	・東日本大震災による影響は今後ますます表面化してくる。それは関西も例外ではなく、印刷業界では製紙工場が被災した影響で紙材が早くも枯渇している。中小の印刷会社はかつてない危機的状況下にあるといっても過言ではない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後も東日本大震災による影響が出てくる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・東日本大震災や原子力発電所の問題で消費が大きく落ち込む。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の復旧工事に関する日雇求人が増える。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・東日本大震災によって大きな変化がみられる。電力会社からはIT関連などで強い引き合いがあり、電機メーカーでは電池関連、住宅メーカーでは建築関連の需要が高まっており、今後は様々な求人が出てくる。一方、保険会社や銀行からの求人は一斉に延期となっている。
		人材派遣会社（支店長）	・今後は必ず反転の動きが出てくるものの、統一地方選挙や東日本大震災への対応により、回復の時期は遅れる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・東日本大震災の影響が不透明な部分もあるが、求人依頼件数は安定的に増えているため、今後も来期に向けての採用意欲は高まっていく。
	変わらない	職業安定所（職員）	・事業主都合で退職した求職者が減少するなど、景気の回復を感じさせていたが、東日本大震災の影響で今後は景気が鈍化する。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で原材料、資材が手に入らないといった声がある一方、急に受注が増えてフル稼働で生産しているといった声があり、先行きの見通しは不透明となっている。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災による影響が必ず出てくるなど、今後も雇用情勢は厳しい状況となる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・消費の低迷など景気悪化の懸念があるため、求人の抑制につながる。
		人材派遣会社（役員）	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響が、経済にどのような形で出てくるかが不透明である。復興需要があったとしても、全体ではダメージの方が大きくなる。
		人材派遣会社（支店長）	・一部の企業では東日本の業務を西日本へ移管する動きも出てくるため、求人増につながる。ただし、東日本大震災の影響が西日本の企業にも及んでくるため、全体的には新規求人が減少する。
職業安定所（職員）		・東日本大震災の影響で求人の取消しや採用の延期などの悪影響が出てきている。	
職業安定所（職員）		・東日本大震災の影響は今のところ出ていないものの、今後は出てくることになる。	
学校〔大学〕（就職担当）		・東日本大震災の影響については、とにかく先行きの予測が立たない。	
学校〔大学〕（就職担当）		・本社機能が集中している関東で、就職活動の活発化する時期に計画停電などが続くため、採用選考は実質的に短期決戦の状態になる。	
悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年4月以降は求人数も落ち着くが、これから東日本大震災の影響がどのような形で関西に出てくるのか、予測が立たない。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・東日本大震災の影響で顧客企業が軒並み広告出稿を減らしており、特にテレビCMは壊滅的な打撃を受けている。いずれ復興が本格化すれば、ある程度はカバーできるものの、どの程度取り戻せるかは予測が立たない。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業活動が従来の状態に戻るまでには時間が掛かる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2、3か月の短期で考えても、東日本大震災による影響がかなり出てくる。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災や津波により、自動車関連だけでなく、多くの業種で影響が出てくる。また、計画停電により甚大な影響が出る。	
	民間職業紹介機関（大学担当）	・復興が進むにつれて必ず回復が始まるが、当分は雇用情勢も悪化傾向となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（営業担当）	・経済全体の停滞感が雇用面にも影響してくる。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
家計動向 関連	良くなる やや良くなる	競艇場（職員）	・4月からレースが再開する。		
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・東日本大震災による消費マインドの低下からくる不振からある程度脱却し、全社的にはゴールデンウィークに向けた販売促進企画を策定中である。		
		テーマパーク（業務担当）	・今月は天候が来園者数減の要因となったが、4月、5月は春季イベントを開催するため今月より来園者数を確保できると見込んでいる。しかし東日本大震災の影響が行楽の出控えに及ぶため、来園者数をどこまで見込むことができるか不安である。また来園者の大多数は自家用車で来るため、ガソリン価格の高騰による出控えも懸念材料である。		
		テーマパーク（広報担当）	・東日本大震災の災害復旧が一段落すれば、西日本での人の動きが現在よりは出てくるが、福島第一原子力発電所、計画停電の問題が長引けば更に影響が広がる。		
変わらない		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・社内の販売戦略、対策など強化を進めている。		
		商店街（代表者）	・街づくりの動きもあり、街が変化している過程であるが、まだそれが実感として感じられないところがある。		
		商店街（理事）	・地震の影響長期化の不安感がある。		
		百貨店（購買担当）	・例年この時期は行楽のための洋服や洋品雑貨が動き始めるが、現状では客にその様子はなく、今後この状況が大きく変わることはない。ただ身の回りの物について少しずつ客の求める量が元に戻りつつあり、震災からの復興の進捗とともに客の購買意欲が生じてくる。		
		スーパー（経理担当）	・景気が上向き様子は無いものの、安定してきている。		
		コンビニ（エリア担当）	・夕方以降の客も増加し売上が順調に推移している。		
		コンビニ（エリア担当）	・物不足となりインフレとなる懸念がある。		
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・タイヤ値上げと地上デジタル放送への移行で一時的には恩恵を受けるが、地震と原子力発電所事故が景気に影響を及ぼす。		
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・来客数は変わらないが客単価は低く、不要な物は購入しない傾向にある。		
		タクシー運転手	・売上は若干のマイナス傾向で推移しており、今後もそれが継続する。		
		通信会社（社員）	・新たな問い合わせなど販売量増につながる動きがない。		
		通信会社（営業担当）	・多チャンネルサービスは、アンテナ視聴への切替えや大手他社への流失による解約が相変わらず多い。		
		通信会社（広報担当）	・地震の影響で全国的にも厳しい。		
		ゴルフ場（営業担当）	・地震からの復興に何か月かかるかわからないが、当分景気が良くなることはない。		
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料がないため、ますます状況が厳しくなる。		
		設計事務所（経営者）	・地震の影響から状況が落ち着くまで大きな変化はない。		
		住宅販売会社（従業員）	・地震での厳しい状況による影響が内外に出ている。		
		住宅販売会社（販売担当）	・資材入荷が不確実なため受注増が見込めない。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の問題長期化は景気動向の悪化に結び付く。
				一般小売店〔酒店〕（経営者）	・総会の懇親会や歓送迎会、春の祭りやイベントが自粛、縮小傾向にあり、厳しい状態になる。震災や原子力発電所の復旧が一段落しないと心理的に景気は上向かない。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客の生活が改善した様子もなく、今後生活必需品等の需要も減少する。				
百貨店（営業担当）	・東日本大震災による災害からの復興までの道のりは長く、中国地方でも客の心情的な回復の見通しは立たない。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・3月下旬としては寒く、春物が売れない。この寒さと東日本大震災、福島第一原子力発電所の放射線漏れと悪い材料が重なっており、先が見えない不安がある。まずは原子力発電所の問題が落ち着かないと、客の心理も上向かない。
		百貨店（販売促進担当）	・地震で被害を受けた取引先は、夏から初秋物の減産が想定されるとともに、一気に冷え込んだ顧客購買心理は引き続き継続するため、景気の回復には時間がかかりそうである。
		百貨店（売場担当）	・東北地方の生産地が機能しなくなり、織物工場や倉庫業などの操業停止が西日本に影響を及ぼしており、大手ビールメーカーのギフト受注中止がこれからの売上に大きく響く。明るい材料としてはゴールデンウィーク並みの春休み帰省需要が見込まれるが、商品の入荷量が減ることは容易に予測され、生産から販売までの仕組みの変化に容易に対応できない
		百貨店（売場担当）	・地震により東日本を中心に経済活動が停滞しているが、それが西日本にどのような影響を及ぼすか分からないものの、景気の状態は厳しい。
		百貨店（電算担当）	・売上は月初めより対前年比でマイナス状態であり12%低下となっている。天気は雨が曇りが多く、春らしい天候にならないため、婦人衣料品は20%近くも低下し春物が動かない。しかも地震がそれに追打ちをかけ、街の中も重苦しい雰囲気包まれている。
		スーパー（店長）	・良くなる要因が見当たらず、今のままでは悪くなる。
		スーパー（店長）	・現在は東日本大震災の影響で客のまとめ買いの需要があるが、徐々に商品の入荷が不安定になってきており、今後商品の入荷自体が困難となることから売上は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・現在の消費傾向には被災地へ送るための物資の需要もあるが、家庭用の備蓄としても購入があるため、今後は買い控えもある。また計画停電などによる国内の生産力低下の影響で、賃金の下落も想定されるため、消費は縮小傾向となる。
		スーパー（店長）	・地震の影響で物資が不足する。
		スーパー（店長）	・地震の影響が大きい。
		スーパー（業務開発担当）	・地震の影響もあり、消費より万々に備えての節約へと思考が向かう。
		スーパー（販売担当）	・東日本大震災で入荷が困難となる商品が増加しつつあることの影響が懸念される。
		スーパー（管理担当）	・現在商品はあるが、今後需要と供給のバランスが悪くなる可能性が高く、売りたくても物が無い状況がしばらく続く。
		スーパー（営業システム担当）	・安定した仕入の確保ができるまでは、値上げは避けられない。また福島第一原子力発電所事故の風評被害により消費者の購買意欲は低下の一途である。
		コンビニ（営業担当）	・東日本大震災により商品の供給が不安定になる。また近隣企業も原材料、物資が供給、製造できなくなり、業績への悪影響が懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・地震の影響がある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・東日本大震災の影響で、必需品以外の買い控え傾向がみられる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・食品関係の原材料値上げ傾向が著しく、衣料に支出を回せる状況にない。
		衣料品専門店（販売担当）	・東日本大震災の影響で景気は上向かない。
		家電量販店（店長）	・地震によって現地生産工場が壊滅状態であるため、商品の供給が少なくなり、徐々に販売量が減少し景気も悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・地震の影響でメーカーの製造に不安が残る。
		乗用車販売店（店長）	・東日本大震災の影響で工場のラインが止まり、出荷できない状況が続いている。更に客の購買意欲も萎えているので、売上に負の連鎖が生じている。
		乗用車販売店（副店長）	・しばらくは地震の影響で喪に服したような雰囲気にあるため、活発な経済活動は見込めない。特に自動車関連は生産がストップしており、再開の目途も全く立っておらず、先行き不透明であるため、自身の雇用や給料に関しても不安感を持っている。
		乗用車販売店（営業担当）	・地震の影響でユーザーの買い控えがあることに加え、部品不足で車の生産が追いつかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・メーカーは輸出に大きくシフトし、生産も海外へ移っている。国内にお金を落とさないため、赤字直営店ばかりが増えている。地方の個人店舗は急激に疲弊し、競争に負け店舗数も減少している。
		その他専門店〔書籍〕（経営者）	・地震の影響が少しずつ消費を停滞させていく。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約が前年と比べて減少しており、今後も厳しい状況となっている。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・ここにきて商品の供給不足が増えてきている。今後は食材の値上がりも確実に増えており不安要素が多く、先行きは悪くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊部門は東日本地区へ予定されていた修学旅行等の振替予約が入って来ているものの、先行きは不透明である。また宴会部門も5月ごろまでは自粛傾向が続く。
		都市型ホテル（総支配人）	・地震の影響はもうしばらく続き、観光客、ビジネス客ともに前年実績を下回る。記念事業なども自粛傾向は続くともみられ、祝いごとの宴会は減少する。
		都市型ホテル（従業員）	・地震による影響は2～3か月先の予約にも出ており、長期化する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災によりしばらくの間は宴会等、自粛ムードが続く。
		タクシー運転手	・3か月先も客の意識は変わらず、花見時期や連休等での観光客は減少し景気は下り坂となる。
		通信会社（通信事業担当）	・家族のなかで主に利用していた人の転出などが多く、解約数が増加する。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災による影響で客の動きが鈍くなりそうである。
		通信会社（総務担当）	・地震の影響で需要がやや落ち込んでいる。
		テーマパーク（管理担当）	・地震により全てのイベントが中止傾向にあるため、当面景気は鈍化する。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災で部品工場が打撃を受け、建材の入荷が見通しの立たぬまま、民間消費者との工事契約に至らない状態がしばらく続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・これまでオーバーブーム、デフレ、少子化という3重苦に苦しんできた業界であるが、東日本大震災以降、客の消費マインドが更に冷え込み続けており、将来の展望が全くみえない状況にある。
		商店街（代表者）	・不景気のなか市場の動向から更なる値上がり状況となる懸念がある。
		商店街（代表者）	・卸問屋は原材料の値段を遠慮会釈もなしに上げてくるが、末端の店舗はそうもいかないため、しばらくは値上げを控える意向である。消費者も固唾を飲みながら消費を控えようとしている。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で原子力発電所のある当地では今後観光客が減少する。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・不安材料が多すぎる。当社は近年海外輸出も力を入れてきたが、今は放射能検査をして安全を証明しないと商品が輸出できない状態になっている。検査をする機関も少なく、検査申込が殺到しているが、政府が安全を保証する制度も法律で決まっていないので、食品輸出は大打撃を受ける。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・商品の出荷が止まったり、缶ビールやたばこなどの商品が徐々に手に入りにくくなっており、これが正常化するまでは先行きが全くみえない。
		百貨店（販売担当）	・地震の影響もあり、客の購買意欲は大きく低下しているため、これまで以上に今すぐ必要でない物は買い控えられる。
		百貨店（営業企画担当）	・客の消費マインドが異様な状態にあり、しばらくは買い控えや質素節約思考が蔓延する。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で供給制限の商品が一部に出てきており、販売する立場として今後不安を感じている。
		スーパー（財務担当）	・東日本大震災の影響もあり、一時的には消費は上昇するが、景気の回復には至らない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後地震の影響からの回復にどれくらい時間が掛かるのかわからず、製品の製造が制約され限界がある以上売上減少は避けられない。客の消費志向も弱含みとなっており、必要な物以外は売れない状況が進む。当社も先月始めたキャンペーンが中止となり、今後再開させる意向だが、それもうまく進まない恐れもあり、景気自体がかなり低下していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・地震等の影響で物を買うどころではない雰囲気になっている。
		家電量販店（店長）	・3月31日の家電エコポイント制度終了に伴い、対象商品の販売量減少が予測される。地震の被災地とは遠く離れているものの、その影響による消費マインドの冷え込みが懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・製造業の地震被害からの立ち直りには相当の時間が必要となる。こうした状況下では、景気動向判断は何を基準にすれば良いのか良く分からない。
		乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災の影響で商品も入荷せず、どうしようもない状態が続いている。今後も先行き不透明である。
		住関連専門店（広告企画担当）	・地震の影響で客の動きが悪くなってきているとともに、資材の高騰が始まっているのでパブルパンチになる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、被害を受けていない地域も明るい気持ちになれない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・特に観光で訪れる団体客の動きが悪くなる。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・福島第一原子力発電所の状況が景気にとっての不確定要素となる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で、今後は更に消費が冷え込み、様々な物の不足が全国に広がることから、景気の回復には更に時間を要する。
		一般レストラン（経営者）	・客の心理に加えて各商材の値上がりや品不足は経営を直撃している。今後も代替商材の確保等の対策を立てて営業を支えるが、価格転嫁が困難な状況にある。また各種行事自粛も消費マインドを大いに低下させる原因になる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で歓送迎会の予約の取消が相次いでおり、今後の予想が困難である。
		一般レストラン（店長）	・ガソリン価格の高騰で仕入れコストの高騰も懸念され、更に外食をする来客数の減少も確実である。
		スナック（経営者）	・東日本大震災の影響により、物流、人出ともに停滞している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・当面地震の影響が大きい。
		都市型ホテル（支配人）	・地震の影響が収まるにはなお時間がかかり、西日本でもビジネスが平常化するのはいしばらく後になる。
		旅行代理店（経営者）	・当面国内では旅行どころではなく、祝賀関連行事も中止や控えるところが増える。
		通信会社（企画担当）	・当社拠点のある宮城県、岩手県ではまだ震災の傷が癒えず、営業や販売に気持ちが向く状況ではないため、今後3か月はその影響が続く。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響で、すでに一部の建築資材が入りにくくなってきており、今後復興が進むにつれてより深刻な状況になる。そのため建築物価の長期予想ができず、建築主もこの時期に着手することを躊躇している。
住宅販売会社（経理担当）	・注文住宅の建材や住設機器のメーカーが東北地方に集中していたため、納品がいつになるか分からない状況であり、今後物件の引渡し大幅に遅れる可能性がある。また今後西日本でも客の購入意欲の低下が継続して起きそうであり、景気の後退は否めない。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車部品関連は厳しい状況にあるが、今後は現状より良くなる。
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・グループ会社の生産拠点が東日本大震災の被災地にあり、そこで生産していた物の生産をカバーすることによって生産量は増加する。一方最終ユーザーが被災地に立地しているものは納入延期などの対応を行っている。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・今後更に燃料価格の高騰が加速し業績に影響する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・地震による影響は未だ不透明である。東日本のメーカーの生産障害による振替需要は見込まれるが、総需要の動きは大きくない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
電気機械器具製造業（総務担当）	・当面震災復興が最優先になるため、燃料等が確保できないことを危惧している。		
輸送業（統括）	・東日本大震災の影響を受けた企業が生産活動を始めれば荷動きが期待できるが、長期化しそうであるため変わらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業企画担当）	・非常時のバックアップに関わる設備投資を検討する可能性が高まるのがプラス材料だが、資材調達遅延など可能性もマイナス材料としてある。
		会計事務所（職員）	・公共事業関係の業種は相変わらず厳しく、今後受注の増加は期待できそうにない。更に地震の影響が今後どんな形で出てくるのか、見通しが立たないだけに不安要素は大きい。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・しげが多く出漁日数は少なく、水揚数量は減少している。昨年からイカ釣り漁が安定しており、水揚金額は例年並みとなっているが、イカ漁のシーズンの終了とともに今後の期待が持てない。
		食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響で、原料の調達難やエネルギーの供給制限から製品の生産が困難な状況が出ており、売上は減少する。
		食料品製造業（業務担当）	・地震の影響もあって、関係業者のなかに震災を言い訳に一部原材料や資材に値上げする動きがある。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・東日本大震災により部材調達に不安がある。
		輸送業（運送担当）	・地震の影響で運送業者は発送を控えているため、景気は当面回復しない。
		通信業（営業担当）	・地震の影響から向こう3か月間は入庫も不安定な状態が続くそうである。
		金融業（自動車担当）	・自動車関連では操業開始の目途が立たず、雇用調整助成金の申請を準備する動きもあり、当面赤字が継続する見込みである。
		金融業（営業担当）	・当地においても東日本大震災の影響が出ている。生産が西日本にシフトするとの話もあるが、現段階では増産に伴う必要資金発生への申込等、具体的な動きは確認できていない。一部取引先において、地震により仕入、販売先、物流等に影響が出ているとの話もあり、営業に支障がでてくる可能性もあり、近い将来の景気はやや低下する。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・地震の影響で一部の原料仕入が滞っており、回復も目途も未定である。
		鉄鋼業（総務担当）	・地震の影響で当社の主力ユーザーである自動車関連企業向けの生産量が当初予定より減少する見込みである。当地区には自動車関連の需要家が多く、各社とも生産減等の影響が出る見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・地震による納入先の被災、停電、生産調整等の影響が今後出て、短期的には悪化に向かう。ただ中期的には復興需要増で景気も活性化する。
		金属製品製造業（総務担当）	・仕入業者の工場が被災したため、在庫がなくなった後の部品供給に懸念がある。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注があっても従来価格より大幅に安値となっているため苦慮している。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で操業停止しており、復旧の目途が立っていない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現在中国の工場に従業員との間に給与などの問題が発生しており、それに伴う製品値上げの要請が相次いでいる。また中東不安による原油価格の高騰問題、国内の不況等多々問題があるなかで、今回の東日本大震災によって国内景気が更に低迷するとともに、東北地方で生産している各種材料の供給が途絶え、今後の生産が非常に不安定になる。
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響がより鮮明になり、回復にはかなりの年月を要する。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・化学関係を中心とした製造業の業績は比較的好調で求人も堅調であり、医療福祉関係も求人意欲は高い。一方新規求職者数は今後年度末から年度初めにかけて増加していくのが通例であるが、現在前年同期と比較して10%程度少ない数字で推移しており、管内の経済情勢等考えると、今後も求職者数が大幅に増加することは考えにくい。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・地震の影響により、現予測より上下する可能性はあるが、周辺地域では平年と変わらず採用活動を継続しているため、その水準は継続する。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・今回の地震の前までは景気復調の兆しがおぼろげにみえていたが、今後はその影響が少しずつ出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災での被災による自動車部品関連企業の生産停止による自動車産業の休業の懸念や、福島第一原子力発電所からの放射性物質拡散の懸念など、幅広い業種で影響を受ける可能性から、先行きを心配する企業が多い。
		人材派遣会社（営業担当）	・地震の間接的な影響は当地域でも多くの業界、企業に及んでおり、地域雇用にも及ぼす影響も大きく、以前に比べて下火になっていた何らかの雇用調整を行う企業が増えてくると予想している。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・地震の影響が製造業を中心に出来きそうである。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・短期的ではあるが、特に自動車関連などは中国地方でも地震の影響を受ける可能性がある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・地震の影響で雇用の面で復興の目途がいつごろつくのか不透明なため、企業も採用により慎重になったり、後回しにする状況が続く。今回の福島第一原子力発電所事故による様々な風評被害も出ており、西日本のエネルギー関連の企業の2012年度の新卒採用活動に少なからず影響を及ぼしている。
		職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあるものの、先行きの不透明感から臨時、パート求人が目立つ。大手製造業の事業所閉鎖を3月末に控え、下請企業等で先行き不安がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・回復しつつあった景気ではあったが、地震の影響は当面継続する。
悪くなる		人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災の影響で雇用が悪化する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響で大きく自粛ムードがあることから、雇用も今後長期間にわたって厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・中東情勢不安による石油価格の高騰により、重油価格が上昇し製造業者へ影響が出たり、東日本大震災の影響で、製品の部品調達ができなくなり雇用調整が計画されるなど、製造関係の雇用意欲は減少傾向に向かっている。その影響で景気の減速が全産業に及び、雇用意欲の減退に向かう。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の影響から日本全体経済活動が停滞し、採用等にも影響がある。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由			
家計動向関連	良くなる	－	－			
		やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・今後は、東日本大震災の影響が落ち着くため、景気は良くなっていく。		
			家電量販店（店長）	・地上デジタル放送移行に伴い、2～3か月後はテレビの需要が増える。		
			その他専門店〔酒〕（経営者）	・東日本大震災の影響により、消費者は商品の買占めを行っている。		
			一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響から、現在は予約のキャンセルが相次いでいるが、先行きは好転するであろう。		
			通信会社（企画）	・地上デジタル放送移行のため、今後はやや良くなる。		
			ゴルフ場（従業員）	・原子力発電所の被害が収まれば、再び、景気は回復基調に戻る。		
			変わらない		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・現在の自粛ムードが2～3か月で上向くとは思えない。
					一般小売店〔生花〕（経営者）	・生活必需品の販売状況は変わらないが、余分なものの購入は控える傾向にある。
	スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で、品薄な商品が徐々に出てきており、この影響はまだまだ続くであろう。ただ、消費動向にさほど影響は与えないと思う。				
	スーパー（店長）	・東日本大震災以降、売れる商品が変わってきた。ただ、一部メーカーが被災し、計画停電の影響もあるため、今後の商品の供給に不安がある。				
	コンビニ（店長）	・商品が不足してきているが代替品では売れない。欲しい物が無ければ買ってもらえないということである。ただ、当面の間は、現在の状態を持続できる。				
			衣料品専門店（副店長）	・東日本大震災の影響で、先行きがどうなるか分からない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本大震災以降、消費意欲が低下し、来店を敬遠する人がいる。原子力発電所事故や計画停電の影響が収まるまでは厳しい状況が続く。
		家電量販店（営業担当）	・家電エコポイント制度終了により、家電の買換需要は衰えてきている。また、東日本大震災の影響が少なからず出てきている。
		乗用車販売店（従業員）	・しばらくの間、自動車の生産・販売状況は通常の状態に戻らず、景気は底ばいが続く。
		タクシー運転手	・地元イベントが開始されるが、自粛ムードがまだ強く、人出及び売上は芳しくないと思う。
		通信会社（支店長）	・国内の諸事情を考えると、当分の間、大幅な販売拡大は望めない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災による影響が、消費全般に波及しそうである。
		商店街（代表者）	・東日本大震災は、西日本にも間接的な影響を与えるであろう。原子力発電所の汚染問題が、今後どのような広がりを見せるか予断を許さない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響により、食材や物資の供給不足が起これ、そのため、物価が上昇し、消費者の購買意欲が低下する懸念がある。
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災の影響で、メーカーの稼働率が低下している。どのメーカーも早期回復は見込めず、そのため、購買行動は抑えられていく。
		スーパー（財務担当）	・夏場に向け、商品供給が不安定になる。
		スーパー（人事）	・東日本大震災で被災地周辺で、製造工場を中心に、想定を逸脱する影響が出ている。今後、供給できる商品量が減少し、販売機会も失われる。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響がいつ収まるのか不安である。復興のための様々な投資がなされると景気は上向くかもしれないが、現状は厳しい状態である。
		家電量販店（店員）	・3月が好調であった反動で、今後は、来客数の大幅な減少が予想される。地上デジタル放送移行前の駆け込み需要で、多少下支えが見込まれる。
		乗用車販売店（役員）	・景気は間違いなく悪くなっていくと思う。それに伴い、企業業績も悪くなっていく。
		タクシー運転手	・4～5月は、東日本大震災の影響で、四国八十八箇所巡りの遍路客にキャンセルが出ている。また、歓送迎会も控えているようであり夜も期待できない。このまま、底ばいの状態が続くであろう。
		美容室（経営者）	・東日本大震災の影響で、消費者は、美容に関する出費を自粛するのではないかと思う。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響で、建設資材等の供給に滞りが出ており、その影響が心配である。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響で、単価上昇や、引渡し日程が延期になるなどの影響が出てくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・春の観光シーズン前に東日本大震災が起き、観光客や宴会のキャンセルが続いている。このことが地域経済全体に波及し、商店街にも暗い影を落とす。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・短期的には物不足から注文が増えると思うが、長期的には悪影響が出てくると思う。国産品を探している客の注文で、仕入価格も高くなっており、品切れも心配される。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・東日本大震災の影響により、消費者の購買志向が日用品へシフトしたり、買い占めが起きている。また、汚染の恐れのある食品・菓子等を敬遠している様子もある。
		百貨店（営業担当）	・客は、必要なものだけを買っている。お中元の時期まで、まだ厳しい状況が続くであろう。
		百貨店（営業担当）	・月初は、雑貨・衣料・食品関連商品は、来客数・売上高共に、総じて好調に推移していた。東日本大震災以降は、購入意欲の急激な低下により、ファッション関連商品や高額品の動きが極端に低下した。
		百貨店（売場担当）	・地元地域は、いつ大地震が起きてもおかしくない地域であるため、心にゆとりの必要な高額品に関しては購買動向に厳しさがある。
		スーパー（企画・営業担当）	・東日本大震災の影響により、外出の機会が減ると思われる。自家消費商品で一部良くなるものもあるかも知れないが、全般的に消費マインドは下がると思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（総務）	・東日本大震災の影響が、販売商品の欠品や販売延期、販売中止といった形で出てきている。また、イベントも中止になるなど、先行きは悪くなると予想される。影響がどの程度かは予測できない。
		乗用車販売店（従業員）	・現在、自動車の生産が止まった状態である。2か月後ぐらいまで、全く先が見えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・メーカーの生産活動が正常化する見込みが立っていない。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の影響により、ガソリン、野菜など生活必需品の価格が上昇しているため、耐久消費財の販売が伸び悩んでいる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・東日本大震災の影響から脱却する目処が立たない。
		観光型旅館（経営者）	・東日本大震災の影響で、国内旅行の需要が大幅に下落し、外国人の日本への旅行も大幅に減少するであろう。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約が芳しくないうえに、キャンセルが相次いでいる状況である。
		旅行代理店（支店長）	・未曾有の大震災と原発問題の影響がどこまで続くか先が全く読めないが、少なくとも半年程度は出張控えや旅行自粛の傾向が続くと思う。
		競艇場（職員）	・計画停電の影響や自粛ムードのため、売上の減少傾向が長期化する懸念がある。
		美容室（経営者）	・東日本大震災以降、自粛ムードが漂い、ファッションなどへの消費は控えられた状態が続く。
		設計事務所（職員）	・土木業界では震災復興による特需がある反面、被害のなかった西日本においては、公共事業が一段と縮小されるのではないかと危惧している。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・需要の回復傾向が顕著である。
	変わらない	○	○
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・原子力発電所事故の影響がしばらく続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後は、特需も一服するであろう。また、資材調達先が被災地区にあり、今までのように入荷できるかどうか懸念が残る。
		鉄鋼業（総務部長）	・円高の影響により、資材仕入価格は値上がりし、一方で製品販売価格は下落しており、受注生産量は増加するも収益環境は悪化している。また、東日本大震災の影響により資材の調達に不安がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響により、生産能力の低下や需要の減少が懸念される。
		建設業（総務担当）	・震災の影響の程度が予測し難いため、大型案件への取り組みは慎重にならざるを得ない。
		輸送業（統括）	・東日本大震災の反動がいつ来るか分からない。
		通信業（部長）	・東日本大震災の影響で、商品調達に影響が出ている。既契約案件の商品調達にも影響が出てきており、業績への影響が出る。
		通信業（営業担当）	・4～5月は、例年、公共料金等の値上がりラッシュとなるが、今年は特に値上がり品目数が多い。様々な業種の方から、厳しい春になるとの声が聞こえてくる。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災の影響で、ハウスメーカーは建築資材や備品の調達が悪くなっている。また、建築資材の値上がりが予想されるため、注文も取りにくい状況である。客は、今後の状況を見極めたいということで、模様眺めの傾向がみられる。
		悪くなる	食料品製造業（従業員）
	電気機械器具製造業（経営者）		・東日本大震災の影響で、北茨城市内企業からのプラント受注が不透明になった。先方とは話すらできない状況である。また、ケーブル等々、設備に関する部材が非常に入りにくい状況である。
	建設業（経営者）		・東日本大震災の影響で、四国は人手不足、材料不足になりそうである。
	輸送業（経営者）		・経済活動の停止が悪影響を及ぼす。
	輸送業（支店長）		・燃料問題や荷主の生産不調による影響が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災の影響により、関東エリアの映画関係の得意先施設20箇所以上が営業停止となった。また自動車関連商品の不足・入荷遅れが出ており、販促広告は中止・削減されている。自粛ムードで広告を控える傾向もある。
		広告代理店（経営者）	・印刷原材料の確保に、目処がつかない状況であり、全く予断を許さない。
		公認会計士	・ゴルフ場、ホテル、宿泊会議等にキャンセルが相次いでいる取引先が多く、経営者は、東日本大震災の影響を非常に心配している。復興需要が起こるまでの間、景気は下向くと考えざるを得ない。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・景気は今が底だから、先行きは上向くと思う。ただし原子力発電所の問題が片付かないと通常の経済活動に入っていけない。高知では、花卉や園芸などが消費減で価格が暴落し、消費者マインドは落ち込んでいる。人出の多いホームセンターの園芸のイベントも盛り上がり欠けていた。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・東日本大震災の影響が、四国でどの程度出てくるのかは分からないが、マイナスの影響が及ぶ可能性もある。
		求人情報誌製作会社 （従業員）	・4月以降、求人数は落ち着いてくると思う。
		学校〔大学〕（就職担当）	・卒業後3年以内は新卒扱いとされるなど、既卒者への就職環境は改善されているが、求人数は、昨年度に比べ3分の2程度に減っており、景気が良くなってきているとは言えない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・復興に係る求人の伸びが期待できるものの、計画停電の影響で不安要素がある。
		職業安定所（職員）	・震災の影響はあらゆるところで出ており、特に原子力発電所事故の影響は計り知れないものがある。関東圏の輪番停電は、景気に大きな影響を及ぼしており、このままでは、景気は下がらざるを得ない。
		職業安定所（職員）	・2月にフル操業に移行した企業でも、4月より雇用調整を実施するなど、回復基調からの暗転が見受けられる。
	悪くなる	民間職業紹介機関（所長）	・東日本大震災の影響は少なからずあると思う。特に、東北地方へ販路を持つ食品製造業者は痛手を被ると思う。
		人材派遣会社（営業）	・しばらくの間、東日本大震災の影響により、各業界は打撃を受けるであろう。どの程度の影響かは予測できない。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・東日本大震災の影響が終息し、復興に転じると、県内製造業は活性化してくるだろうが、その見込みは立っていない。南予エリアの農業、水産加工会社は、東北への食料供給でフル稼働中のため、雇用は拡大している。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今月と比べたら2、3か月先は良くなる。人の動きが活発になり、消費につながる。ただ、福島第一原子力発電所問題の動向如何では、あまり変わらない状況かもしれない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年一番の売れる時期であるが、まずは来客数を増やすことに重点を置く必要がある。チラシ等の宣伝により遠方の大型店に向いている消費者を近所で購入できることを明示していきたい。
		百貨店（営業担当）	・駅ビルのリニューアル、東日本大震災の影響が当地区は顕著に出ているため、現状が底の状態である。今後、少しずつ消費者の購買意欲も上昇する。
		スーパー（店長）	・買物をしている客をみていると、節約に対する我慢の限界を越えており、値段をそこそこ付けても購入に至っている状況がここ2か月続いている。安いから買うということはなく、値ごろ感が出て、そこそ納得できる値段を付けることで消費購買も上がっており、今後この状況が続いていく。原油価格が高騰しているので、商品価格も上がる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災以降、商品の欠品が目立っている。4月になり落ち着いたら売上は上がるが、今の状況でいくとマイナスになる可能性もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（販売促進担当）	・入荷できない食材もあるが、配送された商品の中で販売していく。物流コストは懸念されるが、ある程度売上が上がれば、大きな問題ではない。
		衣料品専門店（総務担当）	・行き過ぎた自粛モードにもストップがかかり、消費は少し持ち直す。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・春先にかけて暖かくなり、気候がだんだん良くなるので、冬場に比べると春のコーヒーの需要は自然に増える。卒業、入学シーズンに合わせてちょっとしたギフト物等が店頭でぼちぼち出ているため、客の来店頻度も上がる。
		一般レストラン（経営者）	・当地の場合、鳥インフルエンザに始まり、火山の噴火、今回の東日本大震災についてもかなり影響を受けて、来客数が激減している。ただ、九州新幹線全線開業の影響がゴールデンウィークに出てくるため、客は若干増える。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題が解決すれば少しは良くなるが、現状のままでいくと、復興は遅れ、場合によっては悪い状態が続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題への国の対応が今後どうなるのか、それらを見極めた上で、消費者それぞれが動く。現在、沈滞している雰囲気があるため、それが変わるまでは、客の購買心は悪いまま変わらない。
		百貨店（営業担当）	・買上単価は減少しているが、買上数量は前年を上回り、件数はやや前年割れとなっている。また、クレジット催事の期間を含めクレジットシェアが増加している。一方で、九州新幹線関連催事の中止等による春の観光客の減少し、節約志向による買物への意欲も一時減退しているが、直接の影響は少なく回復が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・消費マインドの低下が今後も継続する。
		百貨店（売場担当）	・東日本大震災後、厳しい状況が続いているが、今の状況は変わらない。来客数についても現在の前年比92%の水準を維持していく可能性が高い。節約モードも少し広がってくるため、客単価が落ちる可能性もある。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災の影響で不足がちな商品については売れるが、それ以外の嗜好品については節約モードが続く。
		スーパー（店長）	・水産物や青果物は値上がりによる売上増は見込めるものの、それは消費抑制にも働くので何とも言えない。客は依然、不要な物は買わない傾向が顕著であり、今後も続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・国産たばこの入荷がなく、外国たばこに流れてはいるが、ただ流れるだけで売上はあまり変わらない。東日本大震災の影響はそろそろ九州では収まってくるが、景気低迷は続いており、販売量は伸びもせず若干減る。
		衣料品専門店（店長）	・例年より低めの気温で、来客数が少ない。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・自粛モードが薄れて通常に戻るが、景気が良くなるとは思えず、衣料品の動きも大きく変わらない。節電や停電が広がれば、夏物衣料に影響があるかもしれないが、婦人服の場合は気候に大きく左右される。
		衣料品専門店（取締役）	・この状況がどこまで続くかわからないが、単価の安い物にも影響が出ている。買い控え傾向がかなり見受けられる。西日本から元気を取り戻そうと衣料品店では品ぞろえに力点を置くが、怖い状況である。
		スナック（経営者）	・客の節約志向は、まだまだ今後も続く。
		観光旅館組合（職員）	・ゴールデンウィークの大型連休はそこそこ賑わうが、地震の影響はまだ残る。
		都市型ホテル	・東日本大震災の復旧、復興の状況次第では元の経済状況になり得るが、被害状況からすると、ここ2、3か月では回復しない。今後も厳しい状況が続く。
		旅行代理店（業務担当）	・被災地の復興に尽力すべき日本経済がどうのなるのか全くみえないため、2～3か月の動向は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・まずは東日本大震災から復興しなければならない。これがスムーズにいかないうちには、景気はなかなか上がらない。福島第一原子力発電所問題が落ち着き、復興が早まることが先決である。
		通信会社（企画担当）	・販売促進策強化の結果からみると、引き続き販売の上昇は見込まれない。
		テーマパーク（職員）	・前年から当地では口蹄疫や鳥インフルエンザ、火山噴火と災害が続いているが、沈静化するまで時間を要した。今回も当面の間状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・東日本大震災がなければ間違いなく景気は上向いていたであろうが、悪くても現状維持できるように地震の被害を受けていない西日本が経済活動をしなければならぬ。
		理容室（経営者）	・卒業、就職、転勤という客が非常に多い。また、来店サイクルが2～3か月となっており、3か月先はほとんど期待できない。その間に新規客があれば良いが、最近は新規客が少ないので少し厳しい。
		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）	・今後客の増加や売上の増加に繋がる要因はなく、介護報酬改定も来年4月にあるため、業績にプラスとなるものは少ない。
		設計事務所（所長）	・現在、新規客がほとんどいないので、このやや良くない状況がこれからも続く。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響は受注に影響しないが、受注を押し上げる状況でもない。今後もこの状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災による影響がどの程度あるのか全く想像がつかないので、あまり良い将来、楽観的な予測は立たない。
		商店街（代表者）	・卒業、入学、就職と家計に負担がかかる時期に、東日本大震災があり、皆、財布がかなり固くなっている。これから良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・東日本大震災以降、物の動きがすごく鈍く、なかなか売れない。乾電池やカイロ等が品薄となり、水までもが品不足になっている。被災地以外では普通の生活をしないと国の経済が回らなくなる懸念がある。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・東日本大震災の影響なのか仕入れの単価が上昇傾向を示している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、花の需要が減退する夏場であるが、今後は悪くなるどころではない。東日本大震災後の状況もあり、直接被災地ではないが、非常に不安である。
		百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響がどの程度のものがはっきりしないが、消費者は今後も積極的に必要な物以外の商品を買わないのではないかと考えられる。
		百貨店（総務担当）	・消費マインドの向上する条件が今のところ全くない。
		百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災の影響からの脱却には時間がかかり、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災を背景とした全国的な自粛ムードや計画停電、放射線等の影響から、生産活動や購買意欲の減退が続く。
		百貨店（業務担当）	・東日本大震災が人々に与えた影響は大きく、今もなお、被災地の状況は混迷を極めている。そのような状況下で客の購買意欲は今後も高まらない。
		百貨店（企画）	・東日本大震災後の復興が軌道に乗るまでは、客の購買意欲も高まらない。半年以上は売上の減少に歯止めがかからない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に伴う先行き不安が一日でも早く解決されない限り、景気はますます落ち込む。
		スーパー（店長）	・商品の店頭価格が上昇することが予測される。価格が高くなれば買い控えが始まるが、食品は外食の機会が少なくなり、内食に期待ができるため、食品の売上は上がる可能性もある。ただ、これからは節約意識が高まり、ぜいたく品、しほ品については先行きが非常に懸念される。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災による影響は甚大で、いろいろな面で自粛ムードが続くと予想され、各家庭の支出も控えられる。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復旧、復興が遅れば、経済全体も停滞したままとなり、復興の動きが早ければ、経済及び消費の動きが活発化する。復旧に繋がる施策が明確でない現状からは、当分厳しい状況で推移する。
		スーパー（経理担当）	・東日本大震災後の水産物、青果物その他加工食品について商品が不足気味となる。また、原価高騰や電力問題、石油製品等のコストの増加に加え、消費意欲の減退等もあり、プラスと考えられる要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・3月31日に家電エコポイントの対象製品の購入期限がきたことで駆け込み需要がかなりあったが、今後、地上デジタル放送にすべて移行するまでの7月までの需要が見込めるかが心配である。また、東日本大震災の影響で、需要があっても供給に不安があり、工場によっては製造できないといった状況が出ている。物流も正常には機能しておらず、在庫関係もかなりひっ迫してくると予想される。また供給されない状況も出てきそうなので、少し悪くなっていくと危惧される。
		家電量販店（総務担当）	・消費の低迷は避けられない。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災により車の生産が止まっているために、4月以降はどうなるかわからない。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で車の生産が遅れており、販売に見込みが立てにくい状況になっている。今後しばらくは厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界も少子高齢化の影響で総需要量がだんだん少なくなる傾向になる。また各メーカーの販売競争が激化する。少なくなった市場の中でパイの奪い合いが激しくなり、販売環境としてはかなり厳しくなる。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。東日本大震災の影響で自動車業界は悪くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の仕入価格の動向は不透明であり、小売価格も高止まりした感がある。また東日本大震災後、客の節約指向が高まっており、必要がある商品しか購入しない状況となっている。
		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）	・東日本大震災による心理的な悪影響が続き、競合店出店のオープン効果が落ち着くまでが厳しい状況となる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・東日本大震災により、国内旅行が減少し、土産品が動かない。大きな痛手でその影響はどれほどか想像つかない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・東日本大震災から津波、福島第一原子力発電所事故と続き、これから先の将来がどうなるか、想像つかない。今はどん底である。
		観光ホテル（総務担当）	・4月が底とみているが、現状のままでは5、6月に回復基調に戻るとは考えにくい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響で宴会発生が例年に比べ少ない。
		タクシー運転手	・客のキャンセルが沢山出た上に、また春先のイベント関係がすべて中止になっている。今後も客の動きは大変悪くなる。
		タクシー運転手	・今現在、4、5月についてもホテルのキャンセルがかなり多い。それは東日本大震災の影響によって旅行を控える人が多く、当地は観光都市であるため、その影響は今後かなり出る。
		通信会社（管理担当）	・東日本大震災の影響による日本全体の景気悪化が危惧される。
		ゴルフ場（支配人）	・東日本大震災の復興に大きく影響を受ける。電力の削減やガソリンの節約キャンペーンが個人消費を妨げる。
		競輪場（職員）	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況が続く。
		美容室（店長）	・東日本大震災は他人事ではなく、各地で影響がある。地震により仕事が急に忙しくなった業種も一部聞いているが、今後どうなるのか不安である。
		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）	・2～3か月先は東日本大震災の影響がまだ残っており、厳しい状況が続いている。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災で、建築資材の価格が高騰する。また、資材が入りにくくなり、建築を控える客が増える。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響が顕著に出てくる。日本全国が関東以北の人たちのことを思い、当然のことながら自粛ムードになる。
		商店街（代表者）	・子ども手当の減額や増税も予想され、景気は後退する。購買意欲を向上させる材料が何一つ見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・特に福島第一原子力発電所問題を早く解決しなければ、非常に大きな影響を与える。大きな被災であり、雇用の問題、企業の倒産問題等が今から顕著になってくる。これから2、3か月先の景気は極めて悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の影響が不透明な状況であり、消費者のマインドが非常に冷え込んでいる。今後も生活必需品以外は消費マインドが上がらないという状況が続く。経営計画を最悪5～10%減少した場合、どう対処していくか今、準備を始めたところである。
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災の影響があり、購買意欲が低下しており、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響でメーカーの商品供給が不足し、生活必需品の乾電池やボンベ、コンロ、おむつ、ミルク、ヨーグルト等の品薄の状況が続く。またガソリン不足による配達指定が発生し、食料品の原材料のコスト上昇もあり、商品価格が高くなる。地震の地域経済に及ぼす影響は大きい。
		スーパー（業務担当）	・東日本大震災の悪影響は免れない。ただ、復興支援に必要な物資や資材の生産が軌道に乗れば、関連企業の受注量が増え、業種によっては好況を呈するケースも出てくる。ただし個人消費については数か月で回復するとは思えず、現状を下回る状態が少なくとも年度中は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後も景気の回復は見込めず厳しい状況が続く。また大手コンビニエンスストアのエリア出店によって、厳しさがどんどん増す。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が悪くなり、東日本大震災の影響も当時進行して、買物が控えられている。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響と福島第一原子力発電所事故の影響でだんだんと景気が悪くなる。少なくとも2～3年はその影響が出るだろう。どうなるのか不安である。
		家電量販店（店員）	・九州に立地する店舗であるが、東日本大震災の影響とエコポイント制度が終了するため、ダブルパンチという状況である。そういうこともあり4月以降の景気については非常に危惧される。また商品の入荷状況も機種によっては非常に悪い物もあり、買い控えというより、むしろ機会損失が増える。景気についてはこの4～6月はどう転ぶか分からないが、現状では悪いと判断せざるを得ない。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響から、新車の供給が停止し、また消費者の購買意欲も低下している。メーカーでは正常生産の目途が立たっていない。販売する商品がなく、新車販売店の経営は、今後更に悪化する。
		住関連専門店（経営者）	・合板等の値上がりが始まった矢先に東日本大震災があった。その影響から資材の不足はもちろん、耐久消費財である家具の消費は低迷する。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・東日本大震災の被害が大き過ぎ、また福島第一原子力発電所問題もあり、首都近辺は今後どうなるか見通しが立たない。電力が回復しない以上、計画停電を長期間実施することにもなり、九州地区でも定期点検中の玄海原発の再開がいつになるか分からず、各地でこのようなことが続くと間違いなく日本経済は大きく低迷する。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況となる。
		高級レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で、この先の予約状況をみてもかなり厳しい状況が続く。実際に被害を受けていない西日本までもが不景気になり、すごく悪い方向に向かっている。
		高級レストラン（社長）	・東日本大震災の影響でどうにもならない。
		高級レストラン（専務）	・福島第一原子力発電所問題がまだまだ解決に至らず、半年、1年かかるかどうか分からない状態である。物は不足し、人は出なくなり、水は足りなくなる。
		高級レストラン（支配人）	・東日本大震災の影響が間違いなく出てくる。購買意欲は今後も低迷する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響や原油、小麦等の価格高騰等、良くなる要因が見付からない。
		都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドの予約がキャンセルになったことや国内の団体客の予約の動向が不透明になっており、厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・近場の宿泊や一部海外で前年超えはあるものの、ほとんどの方面で前年を大幅に下回る。当面はレジャーを控え、不急の旅行は避けたいというムードが強くなる。
		通信会社（総務担当）	・東日本大震災により、電力不足による生産活動の低迷等の影響により、国民生活及び経済活動の安定は当面望めない。韓国からの観光客が九州への旅行を中止する事態となっている。このように多方面に影響があり、いつまで続くか不安材料が山積みとなっている。
		通信会社（業務担当）	・先行きは東日本大震災の影響で商品の仕入れが厳しい状況となり、需要のピークも過ぎているため、販売数は落ち込む。
		ゴルフ場（従業員）	・県外客の予約がほとんど入らない状態になっている。自粛ムードで観光業やサービス業は非常に厳しい状況となっている。また福島第一原子力発電所問題の解決の方向性が出ない限り、この沈滞ムードに明るい兆しは出ない。来月、再来月の予約は依然厳しい状況である。
		競馬場（職員）	・東日本大震災の影響が少なからずある。
		美容室（店長）	・東日本大震災及び津波の影響がこれから出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・東北、関東における普通の生活の確保が先決である。官民一体となり、動く必要がある。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔住宅情報誌〕（経営者）	・県の人口が減少し続け、不動産、建築業の動きが悪いなか、東日本大震災の影響で建材が不足し、一段と苦しくなっていく。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		鉄鋼業（経営者）	・販売価格が改善しているが、原料価格及びその他副資材費の上昇分を転嫁したもので、需給がひっ迫していることによるものではない。ただし、直近ではマンション等を含む新規建築物件の向け資材の見積、成約は以前より増加している。また病院、物流倉庫等の新規建築着工物件も複数見受けられ、建築物件の需要は回復基調にある。
	変わらない	一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災対応による緊急品目分野は多忙である。自動車関連分野は、すべての部品工場が稼働を再開するまで生産調整が続くものの、部品工場は地震による相当のダメージを受けており、喪失した型、治具等の緊急調達が始まっている。
		広告代理店（従業員）	・広告の自粛がなくなれば、景気は上向く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・現実に九州地方は全く被害を直接受けているわけではないが、海外からの客や国内の人の動きが完全に止まっている。延期していたイベント等も2、3か月中には開始されることも予想され、福島第一原子力発電所の問題がある程度収まれば、人が動き出し、今よりはかなり良くなる。
		農林水産業（経営者）	・例年の4、5月は季節的にも需要が伸びる月であり、今年もある程度期待できる。ただ、東日本大震災の影響による自粛ムードが必要に与える影響が少し不透明なところである。しかし生産面からすると、東北を中心とする畜産関係が回復するには少し時間がかかるため、代替需要がかなり期待できる。
		農林水産業（従業者）	・東日本大震災の影響で消費動向がかなり厳しくなっている。また、飼料価格も非常に上がっているため、当面厳しい状況が続く。
		輸送業（従業員）	・東日本大震災に始まった津波の影響、そして福島第一原子力発電所問題と様々な問題が日本で起きている。今回の地震による日本の損害した金額は16～25兆円と言われている。この状況下で景気が回復する見込みはほぼない。
		金融業（調査担当）	・自動車メーカーの生産計画が遅れているため、部品メーカーの先行きに不安が残る。これにより自動車メーカーに限らず、取引先の売上も減少し、売上代金回収遅延による資金需要の話が出てくる可能性がある。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上がイベントや広告活動の自粛等の影響もあり、減少傾向が続く。
経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災後も受注はあり、多少の影響はあるとしても、大きく景気が悪化する予兆はみられない。		
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・今後、東日本大震災の影響で原材料が不足する。また販売も不安定になってくるため、やや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・東日本大震災等の影響があり、今後はやや悪くなる。
		化学工業（総務担当）	・東日本大震災による甚大な被害から、経済や産業界に与える影響は計り知れない。復興には長期間かかるものとみられ、国内ではしばらくの間は景気下降の局面が予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・東日本大震災という大きな災害で消費者の購買意欲は委縮してしまい、先がなかなかみえない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電用メンテナンス用機械加工部品が中断され、今後の見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注の安定と短期見通しが立って、これから少し良くなっていくかと思っていたが、今回の東日本大震災の影響を大きく受けている。各部品が調達できなくなり、最終的には順調に進めなくなっていくのではないかと懸念があり、やや悪くなっていく。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連全般的に動きが低調気味になっており、順調に推移してきた状況が急変して悪くなってきた。全般的に動きが非常に鈍く、不透明な状況が続いている。
		精密機械器具製造業（従業員）	・東日本大震災により、一部の材料、部品等の入手が難しくなっている。まだ在庫はあるが、これから様々な材料、部品等の入手問題が出てくるため、生産に若干影響が出てくる。
		建設業（従業員）	・見積案件はあるものの、競合相手が数多くあり、どこも厳しい数字で落札しているのが現状である。特に公共工事は、入札制度で総合評価方式により、価格が安くても付加加点により逆転されて受注に結びつかず、どの企業も苦慮している。
		輸送業（総務担当）	・物流がうまく機能しない停滞した状態で、どうなるかよく分からない。物はあっても運べない、物を作りたくても材料がそろわない等かなり影響が出ている。景気、不景気という以前の問題の状態である。
		通信業（職員）	・情報通信分野の公共工事が激減する見込みであることに加え、東日本大震災の影響で材料の入手が困難となる。
		金融業（営業担当）	・建設業等の資材や住宅関連商品の販売規制がかかっており、業績及び資金繰りの悪化が懸念される。飲食業は東日本大震災直後より予約のキャンセルが相次ぎ、売上は前年比で減少する。
		金融業（得意先担当）	・業況悪化に伴う取引先からの既存借入金等に対する条件変更の申し出が増加傾向にあるほか、東日本大震災の影響が今後もしばらく続くため、厳しくなる。
		新聞社（広告）	・地元の通販会社など一部に広告出稿再開の動きがあるが、今後のイベント開催も実施が不透明で見通しが立たない。通常のサイクルに戻るには来月いっぱいかかる。
		その他サービス業【物品リース】（役員）	・現状の受注環境のなかで、東日本大震災の直接的影響は出していないが、取引先の多数の経営者が当面景気の低迷及び景気の先行きを充分見極めた設備投資が必要であると口にしていく状況から厳しくなると判断した。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・口蹄疫や鳥インフルエンザ、火山の噴火に続く東日本大震災の発生により観光需要が大きく減少し、売上は大きく減少している。九州新幹線の全線開業という好材料があったものの平均乗車率も大幅に低迷しており、大きく悪化する。
		繊維工業（営業担当）	・流通や資材の調達が大変厳しく、この大変な時期にもかかわらず資材価格が値上がりしそうな心配さえある。電力や原油価格の動向をみても良くなることはない。
		家具製造業（従業員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故で店舗の出店等はほとんど凍結、あるいは保留、延期となっている。特に東京から北の地域は、この先数か月間は商業店舗の出店がすべて止まる。これらの複合的要因で西日本での商業施設の出店も大幅に減少している。家具材や建築材、内装材すべてが品薄となり、現在着工している物件にも遅れが発生している。復興の時期は早くても半年後から1年後となる。
		金属製品製造業（企画担当）	・福島第一原子力発電所問題の終息が全くみえず、最悪のシナリオが現実味を帯びている。厳しい状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災のため客先の工場が止まっている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響が続き、厳しい状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（社員）	・地方公共団体の単独費での発注は期待できないのが実情である。繰越工事の発注もすでに終わり、今後、地方の自治体にも東日本大震災の影響が少なからず出てくる。
		金融業（営業）	・製造業は大手メーカーの休業等により、今後需要が低下する。また東日本大震災の影響もあり、公共事業が一層削減されることが考えられ、今後は危機的状況となる可能性もある。
		広告代理店（従業員）	・3月の新聞折込枚数は前年比89%と悪くなっている。原因は東日本大震災及び津波災害の影響である。各スポンサーが広告を自粛し、その姿勢は今後しばらく続く。被害を受けた企業が復興し、生産再開となるまでどのくらいかかるのか見守るしかない。
		経営コンサルタント	・現在は現状維持、もしくは縮小の方向に向かっている。
		経営コンサルタント	・東日本大震災で品不足が生じ、食品部門の売上が低下する。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・税込不足から市町村の委託、備品購入等予算が削られており、発注時に予算額が低価格で設定されていることから、受託する業者の売上が減少している。市町村に関連する出入りの業者は多いため、全体の業者の経営に影響を及ぼす恐れが
		雇用 関連	良くなる
やや良くなる	人材派遣会社（社員）		・復興に向けて西日本地区の経済立て直しが必要となり、自粛されていたイベントやパーティーが再開される。
	人材派遣会社（社員）		・東日本大震災により、東北での半導体関連企業がダメージを受けており、西日本での生産を強化している。その影響で数年ぶりに事務員のオーダーが復活した。
変わらない	人材派遣会社（社員）		・円安による輸出系企業の状況が不透明なことに加え、東日本大震災の影響が長期化することが懸念される。
	人材派遣会社（社員）		・東日本大震災の影響が、いつまで続くか分からない。また、人事異動等で人の動きが一旦落ち着いているので、人員の増員は今のところ少ない。
	求人情報誌製作会社（編集者）		・新駅ビルの開業や大型商業ビルが4月に開業する等、夏あたりまで人の動きが活発になると予測していたが、東日本大震災の影響で人不足、物不足が起きる気配がある。すでに建築業では資材が手に入らず、予定されていた仕事ができなかったという声も聞く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）		・東日本大震災の影響を大きく受ける。復興の状況によるが、日本全体の景気が良い方向に進むか、悪い方に進むか不透明である。
	職業安定所（職員）		・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故、円高等の影響が出てくることを見込まれ、予断を許さない状況となっている。
	職業安定所（職員）		・東日本大震災の影響が不安材料となり、当面は不透明である。復興に向けての動きが加速すれば、景気に良い影響を与える。
	職業安定所（職員）		・求人数は前年度比で増加して推移しているものの、企業からの話では円高、デフレの進行により、中小零細企業は厳しい状況が続いている。
	職業安定所（職員）		・企業間で差はあるが以前より業況改善のみられる企業も多く、新規求人数もここ数か月前年同月比プラスで推移している。一方で不透明な部分も多く、変わらない。
	学校〔大学〕（就職担当者）		・東日本大震災の影響で、求人活動スケジュールの見直しを行う企業が出ている。現在の採用が底であり、これ以上の極端な採用縮小はないという企業の声もあるが、地震が採用にどう影響を及ぼすのかが懸念材料である。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）		・東日本大震災は製造業だけでなくサービス、レジャー等すべての業種で何らかの影響を及ぼし、そのことが雇用にどのように波及してくるのかが懸念される。
	民間職業紹介機関（社員）		・東日本大震災の間接的影響で各産業に自粛、休業が発生しており、人材の余剰感はあるものの、不足感は見られない。
	学校〔専門学校〕（就職担当）		・東日本大震災の影響が採用にも出てくる。
悪くなる	職業安定所（所長）		・東日本大震災の影響により、東北地方ではかなりの生産停止が行われたが、ここにきて一部操業が再開される等の動きも出始め、今後の雇用情勢の見通しは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（支店長）	・東日本大震災の影響が更に深刻さを増す。年度末契約更新に当たり、4月以降の契約延長無しや更新しないという客が非常に多い。復興需要が発生するにしても相当の時間がかかる。

11. 沖縄（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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	通信会社（店長）	・6月以降は期待の新商品の発売が相次ぐため、市場に活気が戻ってくる。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・競合相手との価格競争により、1点単価が下落の傾向にあるが、来客数の回復がみられるため、売上高は比較的堅調に推移すると考えられる。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・東日本大震災による影響は深刻化し、全国的に消費低迷が予想されるなか、沖縄地区のみ良くなる見込みは無い。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響で物流が現在も悪くなっており、今後も悪化すると予想する。
		コンビニ（エリア担当）	・天候・東日本大震災の影響で商品供給が不安定あるいは停止となり、売物が無くなる。また観光客も減るため、この先は売上・収益共に厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災による観光客の減少は、最低でも1年は続くと予想される。また、生活物資、建築資材等これからの供給は不安定になってくると考えられ、県経済に対し、良い影響を及ぼすことは無い。
		衣料品専門店（経営者）	・今回の東日本大震災の影響が何か月か後に出てくる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・今月はまだ良かったが、これからの情勢を考えると今の状態ではいられない。何か対策を打たなくては「やや悪くなる」ぐらいでは済まなくなる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・東日本大震災の影響が当地でも出てくる。資材の納品遅れや不足等が懸念され、それに伴い、原価の上昇が予想される。全国的な流れの影響を受け、先行きの景気はやや悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の発生に伴い、2週間で観光客が激減している。なぜか地元客の消費単価も落ちているような状況となっている。大変危機的な状況になっているが、今後も地震の影響が多方面にわたって起こるのでは、と危惧している。
		家電量販店（総務担当）	・沖縄への観光客の減少も予測される。その余波も間違いなく来る。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・日本全体が東日本大震災の復興に重点を置いている間は、沖縄観光は厳しい状況になる。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・4月は連休前で例年かなり落ち込むが、福島第一原子力発電所の問題が解決しないと、生鮮食品等の食材の値上げ、市場の節約志向が進み外食回数が落ちるのは必至である。
観光型ホテル（マーケティング担当）		・東日本大震災の影響を受け、沖縄県の観光産業全体に影響が出てくる見通しである。現在予約受注状況も非常に悪く、大きく前年を下回る稼働率が予測される。この状況はいつ回復するか分からない。	
旅行代理店（代表取締役）		・旅行自粛ムードもあり、予約、集客はかなり厳しい。	
観光名所（職員）		・東日本大震災への対応で、日本国民は観光できる状況にない。県外からの入域観光客に頼る沖縄観光は、今後予想できない未曾有の厳しい状況を迎える。	
ゴルフ場（経営者）	・東日本大震災の復興が進み多少良くなるとは考えられるが、従来どおりにはもう戻らず、それ程大きく好転するような状況ではないとみる。こういうご時世では、手控え等で影響が波及していくと見込まれる。		
企業動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	建設業（経営者） 通信業（営業担当）	・引き合い、相談、来社件数が増加している。 ・大手の仕事も出てきており、契約単価も希望が持てる。
	変わらない	○	○

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	輸送業（営業担当）	・東日本大震災の影響で観光客数が既に減っており県内消費が鈍くなることが予測される。また、被災地の復旧に物資が優先し流れることも考えられるため、県内も物資不足の影響も出てくる可能性がある。
		コピーサービス業（営業担当）	・受注量の先行きがみえない。
雇用 関連	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・現在までは派遣依頼を順調に頂いていたが、東日本大震災の影響が今後何かの形で必ず出てくるのでは、と案じている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・東日本大震災の影響で全国的に自粛ムードが続いており、復興のめどが立つまでは、業界にもよるが求人数の大幅な改善はみられないと予想される。
	やや悪くなる	人材派遣会社（総務担当）	・今回の東日本大震災が、間違いなく派遣先の雇用動向に影響を与える。先行きがみえない状況がしばらく続くと予想される。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で、本土に本社を置いている営業所等の採用自体が少なくなる。
悪くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・東日本大震災の影響が確実に出る。あとは、福島第一原子力発電所の状況によっては更に悪くなる可能性がある。	