

・景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	○	○	○
	やや良く なっている	その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	単価の動き	・ようやく東日本大震災の負の影響から抜け出し、元 気になるという雰囲気客に出てきたことから、や や良くなっている。
	変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・春物への購買意欲はみられるものの、東日本大震災 の影響もあって景気が不安定になっていることから、 客の買物がかなりシビアになっている。
		一般小売店 〔酒〕（経 営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響から、客の消費行動に自粛ムー ドが高まっている。また、観光客が全く入ってこない 状況が続いたことから、中旬までは売上も良くなか った。ただ、後半になり、少し状況が持ち直しており、 月全体としては前年比で微減まで回復している。
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による買い控えの反動からか、 今月に入ってから客の購買意欲がやや上向いてきて いる。来客数は大きく伸びてはいないが、1人当りの 買上点数が増加している。
		スーパー（企画 担当）	販売量の動き	・3月は日用品の買いため等の震災特需にて一時的に 良かったが、4月は再び客の節約志向が強まっている。 さらに、自粛ムードが追い討ちをかけている。
		家電量販店（店 員）	それ以外	・家電エコポイント制度が終わり、薄型テレビ等の販 売量、売上などは落ちているが、その分、エアコンの 売上が伸びており、全体をけん引している。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自動車の生産は極端に落ちて いるが、受注は前年並みをキープしている。
		その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕（経 営者）	販売量の動き	・自動車用燃料油の販売量が前年と比べて低調であ る。
		スナック（経 営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響などから、繁華街への人出がな く、落ち込んだままである。
		通信会社（企画 担当）	お客様の様子	・スマートフォン型端末やブロードバンドを用いたテ レビに対する客の注目が高まった反面、法人・個人を 問わず通信費削減の動きが高まっている。
		美容室（経 営者）	お客様の様子	・先月は東日本大震災のため、売上に多少の落ち込み があったが、今月は前年並みに戻ってきた。そのた め、3か月前と同じような状況にある。
	美容室（経 営者）	お客様の様子	・消費の委縮を心配したが、来客数・売上とも、3か 月前と比べて特に落ち込みはみられない。客の会話に も、もちろん東日本大震災に関しての心配や気遣いが みられるが、平静さの方が強く感じられる。	
	やや悪く なっている	商店街（代表 者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数、売上とも前年から20% 程度落ち込んでいる。商店街の人通りも閑散として いる。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・東日本大震災と原子力発電所の事故の影響により、 景気動向が下向きにある。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の自粛ムードのなか、来街者が激 減している。特に衣料品関係店舗における来客数・売 上の減少が著しい。また、例年、海外客が増加傾向と なる時期であるが、今年は姿をほとんど確認できな い。
		百貨店（売場主 任）	それ以外	・売上の推移をみると、1月が前年比93.0%、2月が 前年比96.3%、3月が前年比94.1%となっている。4 月も24日時点で前年比92.8%となっており、前年割れ の状況が続いている。買上客数も1月が前年比 91.3%、2月が前年比97.6%、3月が前年比94.8%、 4月が前年比92.9%となっており、厳しい状況が続 いている。
		百貨店（販売促 進担当）	お客様の様子	・東日本大震災から1か月が経過し、客足は戻りつ つあるものの、まだまだ消費意欲が活発になったとは 言えない状況にある。客単価や買上率なども3か月前 の状態には戻っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・前年と異なる新規の販売強化企画を任せても、来客数の増加に結び付かない状況にある。
		百貨店（役員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は東北や関東に比べると小さいとみられるが、客単価はかなり低くなりつつある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響から回復傾向にはあるが、まだ3か月前の水準には戻っていない。特に高級下着の落ち込み、トラベル用品の落ち込みが顕著である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・商品の入荷が不安定であることに加えて、自粛モードもみられるようになっており、無駄な物は買わないという客の様子が感じられる。
		スーパー（役員）	単価の動き	・東日本大震災以降、徐々に回復傾向にあるが、いまだ入荷の少ない商品も多い。特に海藻類は販売点数が大きく減少している。日配食品、一般食品も取扱量が少なく、チラシ販促がしづらい状況にある。こうした状況下、既存店の売上は何とか前年を維持できているが、客単価は前年比99%台と前年を下回っている。商品単価が前年比101.1%とやや上昇しているが、客1人当たりの買上点数は2～3か月前より約4%減少しており、前年比98%台で推移している。
		スーパー（役員）	販売量の動き	・加工食品の一部で前月の買だめ需要の反動で、売上が悪くなっている商品がある。しかし、それ以外の商品については堅調に推移している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でたばこの欠品が発生したことで売上は鈍化傾向にある。たばこの値上げ分による売上の上乗せで前年以上の売上は確保できたが、客に節約モードが広がっており、高単価商品の動きが鈍くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの品切れにより、1日のピークタイムに当たる通勤・帰宅時間帯の来客数が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、メーカーから納品される商品の欠品数が増え続けている。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・予想していたことではあるが、家電エコポイント制度が終了して、テレビ・冷蔵庫の需要が極端に落ちている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・自粛モードと経済の停滞による閉そく感が客の動きを鈍らせている。食料品販売などではやや上向きにあるようだが、日常的な消費が戻るにはまだ時間がかかる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、観光客が激減しており、タクシーの売上も減少している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、特に団体ツアー客のキャンセルが増加しており、結果的に利用客が減少している。
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、観光客が大きく落ち込んでおり、飲食関連は先月に続き厳しい状態にある。地元客も商店街への来街が減少しており、必需品以外に対する消費意欲が低下している。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以来、来客数が減少している。たまたに来店した客も震災の話ばかりで、購入意欲が盛り上がってこない。また、アジア系の観光客の姿は完全に街から消えてしまっている。本当に景気が良くない状況にある。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で観光バスなどが入ってこない状態となっている。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・原子力発電所の放射能漏れの影響が当地にも生じている。外国人観光客のみならず、国内観光客も激減しており、例年の5分の1から6分の1まで減少している。近隣の店舗では、業種による違いもあるが売上が4割から8割も減少している。従業員の解雇も始まっているようであり、他地域から出店した店舗では、店を閉めたところもみられる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災以降、4月に入っても傾向は大きく変わらない。食品関連や物産催事の食品に関しては前年を上回って推移している。雑貨関係では靴・ハンドバックの春物に動きがみられるが、衣料品では、紳士・婦人とも、特に春物のカジュアル関連の動きが厳しくなっている。商品アイテムでみると、ブラウス・カットソー・パンツに動きがみられるが、ジャケット・コートは天候に左右されることもあり、非常に厳しい動きとなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・一般食品や日配食品の洋物、酒部門等で入荷しない商品が多くあり、主力商品のチラシ訴求ができない状況にある。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響に加えて、天候面も気温が低いなど、あまり良くなかったことから、今月の景気はますます悪くなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車の供給がストップしており、売上が上がらない状況にある。受注も納期が未定のため、客との商談も思うように進まない。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・4月中旬までは前年比60%台で推移していたが、東日本大震災支援キャンペーンメニューなどを設定したことで、自粛ムードはまだみられるものの、前年比90%台まで盛り返した。
		高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・例年、ゴールデンウィーク前の低調な月であるが、今年は東日本大震災の自粛不況により、特に悪かった。募金や自粛ムードなどにより、個人客の飲食店利用が激減しており、特に個人店で厳しい状況が続いている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が引き続き減少しており、前年比80%となっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・引き続き原子力発電所の事故の影響が甚大であり、海外客の大幅な減少に加えて、関東方面からの個人客、団体客の減少が続いている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災による観光の自粛ムード、原子力発電所事故の風評による海外客のキャンセル、統一地方選の影響などにより、閉そく感が強まっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今月の売上は、国内旅行が前年比50.2%、海外旅行が前年比58.3%となっている。また、5月の先行予約状況も、国内旅行が48.6%、海外旅行が前年比51.0%となっており、全体的に厳しい状況にある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・4月の取扱額は国内旅行が前年比68.3%、海外旅行が前年比87.7%となっており、全体的に悪くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以来、北海道に来る海外からの観光客は全くなり、国内の観光客も激減している。自粛ムードで人の動きも少なくなっており、タクシーの利用客は激減している。売上も前年比で大きくマイナスしている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードと統一地方選挙が重なったことで、街は沈滞ムード一色となっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客の消費マインドが下落している。夜の繁華街は特に人出が少なくなった。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響が大きく、観光客が激減するとともに、自粛ムードの高まりからタクシー利用客が減っている。特に夜は閑散としている。3か月前の売上と比較すると、約25%の落ち込みとなっており、景気は悪くなっている。
		観光名所（役員）	来客数の動き	・東日本大震災以降、4月に入っても外国人を始めとした観光客の激減は続いており、前年の3分の1程度の入込を確保するのがやっとの状況である。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災及び原子力発電所の事故以来、台湾・マレーシアからの年内予約がすべてキャンセルとなっている。また、中国・韓国からの観光客もほとんどゼロの状態となった。国内客、道内客も減少しており、3か月前と比較すると、来場者は48%となっている。
		設計事務所（所長）	それ以外	・東日本大震災の影響で建築資材が調達しづらくなっており、契約の見通しが立たない状況にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、客のマインドが急速に冷え込んでいる。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災後、モデルルームへの来客数が大幅に減っており、住宅のような大きな買物をすることに慎重になってきている。また、大地震の後だけに住宅を購入することに抵抗感があるとみられる。
企業 動向 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	○	○	○
	変わらない	食料品製造業 (役員)	受注量や販売量 の動き	・スポット的な受注はあるものの、継続性のある底上げ的な受注が見えてこない状況にある。
		輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・東日本大震災後、4月も製紙・飼料・医薬品・飲料・合板の応援輸送が継続している。あわせて、それらの原資材料も入港が増加している。
		輸送業(支店 長)	それ以外	・東日本大震災で物流の要である港の機能が失われている。本来、輸送されるべき貨物が滞り、輸送量が減少している。一方、本来、被災地で扱われる貨物については、代替地として北海道の各港で取り扱いされている貨物もあり、逆に取扱量を増やしているものもある。
		その他サービス 業[建設機械 リース](支店 長)	取引先の様子	・東日本大震災の影響により資材調達に不便が生じている。また、燃料価格が上昇してきている。
	やや悪く なっている	食料品製造業 (団体役員)	それ以外	・東日本大震災や原子力発電所の事故に伴う東北地方の水産業の被害によって、当地の一部の企業で生鮮食品や珍味の受注増加がみられるものの、それ以外の企業では原料高や資材不足等から受注減少がみられる。
		家具製造業(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・3月の受注分は、東日本大震災以前に決定していたものが多かったためか、前年と比較してさほど落ち込みはみられなかったが、4月に入ってから受注の減少幅が大きくなっている。ただ、客はすでに戻りつつある。
		建設業(従業 員)	受注価格や販売 価格の動き	・東日本大震災の影響により、すでに発注されていた建築工事も規模見直しのため着工保留となるなどしており、季節が良くなっても建設工事量が一向に増えてこない状況にある。
		通信業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・販売量、商談数が減少している。東日本大震災後の影響を受けて、商談延期となった商材についても再開、回復の兆しが見えていない。
金融業(企画担 当)		それ以外	・東日本大震災の影響が大きい。直接的な被害は漁業関連に限られたが、間接的な被害として、観光関連業種の落ち込みが大きい。国内外からの観光客が大幅に減少しており、休館に追い込まれたホテルも出てきた。また、原子力発電所事故に伴う風評被害で食材の輸出も急減している。	
その他サービス 業[建設機械レ ンタル](総務 担当)		受注価格や販売 価格の動き	・道内の見積価格が非常に下がってきている。	
悪く なっている		司法書士	取引先の様子	・不動産取引、建物の新築が低迷したままである。
	その他非製造業 [鋼材卸売] (役員)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で一部の材料が手に入らず、仕事ができない状況が起きている。さらに、鋼材、電線、石油製品の値上げとともにそれらの関連商品の品薄が起きている。震災特需もわずかながら発生しているが浮上するまでには至らない。	
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・募集広告の売上が、前年比108%と好調を維持している。前々年まで大きく落ち込んでいた派遣業種からの出稿増が貢献している。そのほかにも運輸運送関係、環境衛生関係の募集広告が前年を上回った。一方で、飲食系については、募集広告が前年比70%とかなり落ち込んだ。東日本大震災の自粛による宴会需要の大幅減が原因とみられるが、持ち直しの兆しは見えていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は0.5%増加し、14か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数は12.6%増加し、14か月連続で前年を上回った。
	変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年よりは伸びてはいるが、欠員補充の求人が多く、力強さに欠ける。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・3月の新規求人数は前年比で17.7%の増加となった。新規求職数は前年比で5.0%の減少となった。月間有効求人倍率は0.53倍となり、前年の0.42倍を0.11ポイント上回ったものの、新規求人数のうち正社員求人の占める割合は39.3%にとどまっており、求人者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・管内の3月の有効求人倍率は0.47倍と前年から0.11ポイント上昇したが、相変わらず低水準である。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は横ばい傾向にあるが、求職者が増えてきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・本来であれば、歓送迎会の時期に合わせて飲食系の求人件数が増加するが、今年は前年比で1割以上の減少となっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・東日本大震災を境に明らかに求人の動きが鈍ってきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年比はマイナスではないものの、1～3月の動きに比べると求人件数の伸び率が鈍化している。特に、製造業や卸売業、宿泊業、コールセンター、業務請負業の減少が目立つ。ただ、建設業関連は東日本大震災の影響が落ち込みはみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒を対象とする求人票について、前年は4月時点で前年比15%ほどの減少であったが、今年は更に下回っている。道内においても東日本大震災の影響により、今後の採用日程の後ろ倒し等が表明されている。さらに、企業業績等を反映して、採用人数を絞るなど、より慎重な採用が進められることが懸念されている。
	悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で求人が減少している。特に、流通業界においてはパート・アルバイトの求人を極端に絞り込んでおり、前年比で4割ほど落ち込んでいる。また、流通業界への派遣もキャンペーン・イベントの自粛により、前期を大きく下回っている。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良く なっている	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災により被災した地域で買物需要が増えてきており、当社に良い影響を及ぼしている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災により買い控えをしていた人の動きが活発になっている。店を休業することなく営業できたため、来客数が増加している。被災者が改めてトータルで買い求めているため、販売量、単価共に増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比123%と大幅に伸び、前月の同76%を穴埋めした形となっている。半径200m圏内の競合店に比べ商品の供給体制が早く回復したため、品ぞろえで他店を圧倒し、来客数が増加したことによる。
やや良くなっている		一般小売店〔書籍〕（経営者）	お客様の様子	・例年、新学期を迎える4月は売上が期待でき、それに加えて東日本大震災による特需なのか、週刊誌の震災特集号の売行きも良い。ただし、3月の売上減の分が4月にずれ込んでいることもあり、景気の良し悪しは判断しがたい。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・4月23日から東日本大震災前の通常営業に戻っている。こうした状況では景気がやや良くなっているとはいえないかもしれないが、この一週間の動きから、前年と同じ曜日で比較すると、来客数は増えており、営業数値も前年を上回っている。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・食品を中心に、生活物資関連の売上が前年比2けたの伸びを見せている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で買い控えや買物の目粛をしていた客が4月に入り買物をしている。婦人服の売上は、催事場の実績が良く、前年比で100%は乗ったものの、セールを含む元売場は前年まで及んでいない。催事場に関しては、3月に予定されていた店外催事が中止になったため、4月はその反動で動員がかかっている。気温がなかなか上がらず、気温対応のコート類や羽織物アイテムが好調に動いたことや、地震を受けて、カットソー類といった、起きてすぐに動ける洋品アイテムの動きが活発となっている。
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・ようやくイベントや催しを開催できるようになった。客も、自粛が続き購買意欲が停滞していたが、広範囲から前年以上に訪れている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、近隣の競合店が一時休業中であつたため、来客数が大幅に伸びている。
		スーパー（販促担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後の商品需給バランスの崩れから、消費者の買いため傾向が続いており、商品の購買数が大幅に増えている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災の発生後、機能不全に陥っていた物流は回復し、商品供給が改善されてきたため売上は回復してきているものの、震災前の水準には戻っていない。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・全体的に良くなっているが、特に建設業界の客の来店回数や使う金額が上がっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響と思われるが、本来は3月に需要があつたであろう入学式ニーズやフレッシュマン、そして葬儀用の礼服を目的とした客が増えている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の当日から営業し、地元の顧客から信頼を得たことに加え、競合店の間で復興に向けた取り組みに温度差が生まれ、自店に客が流れてきたことから、買上点数が大きく伸びてきている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で新車の供給が滞るなか、来客数は増えている。また、新車受注も、納期はかかるものの早めの商談により前年比で伸びている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の復興需要で販売量が増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・震災復興関連で商店街を歩く人が増えている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・売上、来客数共に伸びているものの、東日本大震災の影響で、最初は買いため、その後は買い控え、という傾向が見られたため、良し悪しの本当のところはわからない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災で家財を失い、避難所を出てアパートを借りる方々の寝具の需要が増えている。ただし、高い寝具を購入する人は少なく、安いものを買って間に合わせる人が多い。また、毛布やタオルケット等の2次製品はいろいろな人から貰うようで、売れない。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・中旬から回復傾向にあり、定価品が戻ってきている。ただし、ファッションに関しては食品やリビングに比べ伸び率が依然として低い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災が発生してから4月の1週目くらいまでは、来客数及び販売量が非常に増え、売上も異常なほど上がったが、4月の2週目以降は、逆に買い控えが始まってきており、通常の状態に戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・中旬までの景気は明らかに悪かったが、下旬以降は幹線道路沿いの店舗を中心に、復興関連と思われるブルーカラーの客が急増している。売上、客数の増加は、外的環境の変化だけでなく、商品供給体制の回復に伴う品ぞろえの充実と営業時間の拡大によることも大きい。いずれにせよ、目に見えて動きが出てきたことは良い兆候である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で前半は厳しかったものの、中旬以降は被災地からの客や3月に買いそびれた客の来店が多くなっており、販売量は増加している。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・東日本大震災等により製造、物流が停滞し、2次、3次被害の懸念が表面化してきている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・この時期にしては来客数が少なすぎるため、売上も低迷している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ビジネスマンの買い控えが多くなってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故により不安定な状況が続いており、景気は悪い状態である。
		家電量販店(店長)	来客数の動き	・東日本大震災や家電エコポイント終了などにより景気後退ムードがあり、客の購買意欲が減少している。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で一時的に落ちていた販売量が、震災前と同程度まで回復してきている。
		その他専門店 [呉服](経営者)	来客数の動き	・余震の影響もあってか、来客数が減少している。
		その他専門店 [パソコン] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、商品の価格は高値になっているもの、震災関係の地区では物販の動きが良くなっている。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、作業服や工具関係の取扱店は客が殺到しているものの、納入は落ち込んでいる。企業向け、官庁関係共に案件が少なく苦労している。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災直後は一時的に売上は大分落ち込んだが、自粛ムードも和らいできており、多少は客が戻ってきている。しかし、依然として厳しい状況は続いている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客は新規の設備投資に消極的である。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、結婚式の取り止めや延期は増え、花見や歓迎会などに出かける人は減っている。そういった華やかな場所に出かける際に美容室に立ち寄っていた人が、震災直後からめっきり減っている。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響がまだ続いており、買い控えが進んでいる。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・商品の流通がやや停滞していることに加え、消費者の節約志向もあり、飲食店や酒店の動きが大変鈍くなっている。
		一般小売店[スポーツ用品] (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、各種大会が中止や延期となっており、その影響で購買が落ちている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災直後は営業もままならず売上が激減したが、4月中旬以降はほぼ通常通りの営業に戻り、売上も回復しつつある。一方で、顧客ニーズは被災を受けた商品の補充や卒入学、新生活用商品に偏っており、全体として売上が回復しているわけではない。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災直後の買いだめの反動が出ており、来客数は前年並みだが買上点数は減少している。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・先月は東日本大震災という特殊な環境のなか、買いだめにより売上を大きく伸ばしたが、今月の第2週以降は明らかに買い控えの傾向が出ている。震災後の購買動向は特異的なもので、家庭内の食料品の在庫は相当あるのではないかと。
		スーパー(総務担当)	単価の動き	・平均単価は依然として4%弱の前年割れが続いているものの、食料品の売上は伸びており、来客数、買上点数共に増加している。ただし、周辺の地場産業はかなり疲弊している。農業や水産業、観光、広告及び印刷業界、さらには飲食店なども良い話は聞かれず、解雇や失業の話が多い。
		スーパー(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で消費が鈍っている。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・東日本大震災による被害は甚大で、消費が落ち込んでいる。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・東日本大震災の前と比較すると来客数は2割程度減少している。ただし、直近では被災地域への自衛隊やボランティア団体の流入により、近隣店舗は前年値を大きく上回っており、東北全体でも前年比100%近くまで回復している。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・東日本大震災による影響が少しずつ出始めており、高額商品の買い控えなど消費自粛の傾向が見受けられる。
		乗用車販売店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードにより販売は不振であり、車検についても低価格傾向が一段と強まっている。
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災以降、総じて買い控えの傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・新車及び中古車は、被災地周辺を中心に東日本大震災による特需が発生している。受注は前年比30%増と一見好調に見えるが、納期に大幅な遅れが生じる影響で、売上には結び付かず、経費がかさむ要因になっている。
		高級レストラン (支配人)	それ以外	・東日本大震災による消費の手控え、事業の休止や縮小、失業及び賃金カットなど、お金を使う環境がまだ整っていない。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災の影響から、できるだけお金を使わないでおこうと考える人が多いためか、来客数が減っている。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災以降、宴会を始め、レストラン、宿泊のキャンセルや延期が相次いでいる。さらに、計画停電についての発表により、企画、イベント関係は自粛している。ゴールデンウィークを控えているが動きは鈍く、今後の見通しが立たないのが一番の不安材料となっている。一刻も早く、自粛を止めてもらいたい。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災直後の先月に比べると若干落ち着きが戻り、来月以降、会合の実施も増え始めている。宿泊も震災見舞いや復旧支援の関係者で満室が続いており、売上は前年比の4割程度まで回復している。ただし、大型の宴集会はキャンセルが続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、観光客が激減している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・機材レンタルや食品業など、東日本大震災による特需も一部で見られるが、全体の景気は相当に落ち込んでいる。特に観光業は大きな打撃を受けている。通信業でも新規契約が落ち込んでいる。
		通信会社(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で景気が悪くなってきている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の状況もかなり差はあるが、全体的に設備投資意欲は冷え込んでおり、経費削減にさえ手が回らない状況も多いようである。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降の景気の底から脱したものの、経済活動としてはまだ復旧の段階といえる。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災による被害調査以外に仕事がない。
		住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・当地域に限ったことではないが、東日本大震災による製品納期の混乱から工事の完成が延期となり、それに伴い工事待ちの現場が増えている。地域経済そのものが停滞し始めている。
	悪くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・東日本大震災の前後で状況が大きく変わっており、比較できない。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・中旬まで、商店もデパートなど大型店も食品以外は開いていない状態が続いていた。これでは売上が望むべくもなく、例年の半分以下でも仕方がないとあきらめているところである。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響は計り知れず、いまだ景況を語る状況に至っていない。
		一般小売店 [酒](経営者)	競争相手の様子	・飲食店には客が入らず、閉店する店も多くなっているため、商品の動きが少なくなっている。
		一般小売店 [医薬品](経営者)	それ以外	・東日本大震災から1か月半が過ぎているが、繁華街の復興は、はかばかしくなく、廃業する店も続いている。特に、高級料理店を5軒も営業している店がつぶれたことは、当地のものにとってショックが大きい。
		一般小売店 [医薬品](経営者)	来客数の動き	・被災地であるため、多くの家屋、商店街が破損し、普通の経済活動が行えない状況にある。復興関係は忙しそうにしているが、娯楽関係は壊滅的な悪影響を受けている。
		一般小売店 [カメラ](店長)	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数の減少傾向が続き、売上も激減している。
		百貨店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、悲惨な情報の連続により消費マインドが悪化している。食料品等の生活必需品は売れているが、ぜいたく品関連は厳しい状況が続いている。
		百貨店(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、高額商品ほど売れなくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が続いている。人口減少のため購買力は減退しており、内陸部においても消費マインドが低下している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災直後に先食い、仮需要等があったため、必要な商品以外は買わない傾向が見られる。また、ガソリン等の値上げにより、日曜日の買い回りが減っている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・初旬は東日本大震災の影響でまとめ買いが見られ、売上は比較的あったが、中旬以降はまとめ買いの反動が大きく、売上がかなり落ち込んでいる。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、4月23日まで時間短縮で営業していたため、客数は前年比50%、客単価は同120%である。4月24日から24時間営業を再開し、来客数は同90%まで回復しており、客単価は同120%で推移している。客単価が高い理由として、近所のスーパーに比べて当店の品ぞろえが徐々に良くなっていることに加え、余震が続いているため、少しでも買物をしておこうという客の意識がうかがえる。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、商品物流が完全に回復していないため、欠品の多い状態が依然として続いている。また、前半は営業時間の短縮を余儀なくされたため、売上は前年比80%、来客数は同72%である。一方、客単価は、たばこの値上げが要因となって同111%である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、一時的な特需はあったが、物流が滞ったことで商品が続かない状況が続いていた。ここ最近、物流がようやく元に戻ったが、客の買い控えもあり、景気は良くない。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・先月から続く自粛ムードの影響で、春の旅行を中止したり、春物需要に影響が出たりといった動きがみられる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売見込みは、受注量は前年を上回るものの、販売面では供給ショックを受け、前年同月比で45%前後となっている。地域別に見ると、被災地では復旧需要が多く発生しており、中古車は前年の1.5倍、サービス売上は約10%増となっている。一方、内陸部においては、被災地に対する妙な気遣いがあるからか自粛ムードにあり、新車、中古車、サービス共に前年を割り込む状況となっている。
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・東日本大震災による損失で、購買意欲が低下している。
		自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響による自粛で、飲食、観光関連業は売上が90%以上減少しており、他の業種も原材料や資材の入手に難儀している。消費マインドが大幅に低下している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災による直接被害に加え、間接被害として売上も減少しており、対策を立てられない状況である。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、ガソリンを始めさまざまなものが不足し、物が動かなかったが、ようやく少しは動き出してきている。ただし、先行きが不透明なこともあり、耐久消費財の方までは回ってきていない。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災により、当店も1か月の休業を余儀なくされ、4月半ばからようやく営業再開にこぎつけることができた。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災及び断続的に続く余震等で、人的物的被害が少なかった地域でも、節電などの影響で、すべてのイベントが中止や自粛になっており、街の中が全く動かない状況になっている。観光客のキャンセルも相次ぎ、宿泊施設からの注文はゼロに等しい。経営的に危機的状況に陥っている事業者も少なくない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	それ以外	・福島第一原子力発電所事故の影響が大きい。当地は観光産業が盛んな場所だが、隣県での放射線報道のため観光客が激減している。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・生活必需品と非常用品は動きがあるが、それ以外のものには動きがなく、自粛、節約ムードがはっきりと見られる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔酒〕（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、イベントや歓送迎会関連の飲食が自粛されており、経済的被害もひどい状況である。後半からは少し変わってきたものの、今月もかなりの落ち込みが予想される。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、客が不要なものを購入しなくなっており、前年比85%前後で動いている。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、売上が大幅に減少しており、景気はますます悪くなっている。
		高級レストラン （経営者）	お客様の様子	・良くなる要素がない。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・東日本大震災前も景気が悪かったが、震災後は入っていた予約もすべてキャンセルとなっている。
		一般レストラン （経営者）	それ以外	・東日本大震災以降、ガスの供給停止もあり1か月ほど休業していたため、かなりの落ち込みとなっている。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の復旧作業で来ている工事関係者が来店することもあったが、景気は悪くなっている。地元の企業でも、体力のないところはどんどん潰れていっている。
		一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の余波が引き続き地域全体に広がっており、復興にも相当に時間を要するため、人が街に繰り出して食事を楽しむ余裕が見受けられない。
		一般レストラン （支配人）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が依然続いており、売上が前年比50%となっている。特に自粛ムードが強いため、夜の売上が惨たんたる状況である。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・東日本大震災では、地震、津波、福島第一原子力発電所事故とこれまで経験したことのない事態が起こっており、比較は不可能である。発生後、2週間ほど電気や水が止まり、一般客の営業を中断したが、その間、災害復旧のための支援隊が毎日300～400名ほど宿泊し、現在も継続している。
		観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災による風評被害がひどく、3、4月は県外からの客はほぼ全滅となっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、すべての予約がキャンセルとなっている。災害救助法にもとづく避難所に指定され、当旅館を含め温泉地区全体で800人ほどが宿泊しているが、地域経済を押し上げるほどではない。また、工事関係者の宿泊需要もあるが、いずれも一時的である。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で宿泊キャンセルが多く、今月の販売量は前年比で50%減である。ゴールデンウィークを前に一時的に予約数は伸びたが、それ以降は問い合わせも少なく、予約がない。
		都市型ホテル （経営者）	お客様の様子	・売上は前年比55%減となっている。例年だと歓迎会シーズンだが、今年は中止や延期するところが多くなっている。福島第一原子力発電所の問題や自粛ムードがあり、結婚式も7割が延期となっている。一部、宿泊だけが復旧支援の特需で上回っているが、それ以外は軒並みダウンしている。
		都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新幹線がストップしたため、客が当地まで来ることができなくなっている。また、自粛ムードにより、一般の宴会がなくなっている。ただし、婚礼は中止でなく延期となっている。
		都市型ホテル （スタッフ）	それ以外	・東日本大震災によりキャンセルとなった一般宴会は、官公庁の自粛解除に伴い7、8割まで回復したが、宿泊部門は低迷している。震災の影響は計り知れない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新幹線が営業を再開しておらず、空港も本来の動きでないため、商品づくりが全くできない状況となっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・こういった状況なので仕方がないが、乗客が少ない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響で景気が非常に悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・来客数及び販売数は前年を上回っているが、震災特需の傾向が大きく、単純な比較はできない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光名所（職員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東北6県以外からの団体客及びフリー客が全く来ないため、来客数は前年比90%減となっている。 ・東日本大震災以降、35日間休業し、その後、復興キャンペーンとして9日間入園を無料にして再開したが、それなりの手ごたえは感じられた。しかし、営業収入の機会損失と震災復旧費用の負担は大きい。 ・東日本大震災の影響に加え、震災後の政府の支援が不十分である。 ・東日本大震災により、営業店舗も半分になっている。また、価格も通常の半分で提供しており、営業店舗でも前年比100%の水準には戻っていない。 ・当地域は直接の被災地ではないが、東日本大震災発生後の経済活動は停滞というより沈滞している。ゴールデンウィーク直前のこの時期になっても回復の兆しは全く見られず、原材料の不足とガソリン及び燃料の高騰だけが進んでいる。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	
		競艇場（職員）	それ以外	
		美容室（経営者）	単価の動き	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	
企業動向関連	良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・市役所のリフォーム工事補助金事業が引き金となって民間小口工事を掘り起こし、増加につながっている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東北の清酒を購入して復興支援をとの動きから、今月に入り関東以西からの受注が大幅に増えている。思いもかけない復興支援需要で、当県及び隣県の蔵元は供給が追いつかないほどで、地元消費の低迷を大きくカバーしている。
	やや良くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災直後の仮需要は落ち着いたが、日持ちのする食品は店頭での動きも良く、業界をみても増産している会社が多い。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量が改善してきている。ただし、東日本大震災による特需の要素もあり、慎重に状況判断する必要がある。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先の出荷数が増加してきている。
	変わらない	金融業（営業担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・各業種で売上が減少している。また、災害及び復旧資金の需要が増えている。
	やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災後、直売所に出している農作物の売行きが良くない。
		繊維工業（経営者）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災により東北地域は未曾有の被害を受けたため、地域経済は大きく停滞している。特に、当地域は福島第一原子力発電所事故による放射性物質の問題で、今後どの方向に向かうのか予想もつかない状況である。ただし、業種によっては災害復旧需要の恩恵を受けるため、一概に悪いとはいえない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・民間の仕事が抑えられている。
		土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で、当初予定していた建設工事はほとんど中止となっている。工場も地震や津波の影響で稼働できなくなっている。
電気機械器具製造業（企画担当）		受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響が大きい。省エネや節約、エコの傾向にあるため、開発製品もプレミアム製品からエコノミークラスが中心となり、売上が減少している。 	
建設業（企画担当）		取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災での被害により、全業種で悪化している。 	
通信業（営業担当）		取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災により、通常の営業活動が困難で、新規顧客獲得に動ける状況にないため、既存顧客のケアに集中している。 	
悪くなっている		農林水産業（従業者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・今年の果物は放射性物質に汚染されているとの風評被害があるため、農業者の間からは例年通り販売できるか心配する声が聞こえてくる。また、地元の温泉旅館では、客が全く来ないと嘆きの声があがっている。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で工場のラインがすべて稼働できない状況となっている。また、7割の店舗で営業を再開したものの、売上は約半分となっている。 	
	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響が大きく、一般住宅の着工は部材の不足や様子見の状況となっており、住宅部材は受注減になっている。 	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		出版・印刷・同 関連産業（経理 担当）	受注量や販売量 の動き	・3月の売上は前年同月比60%、4月は80%と、1年 で一番の稼ぎ時にもかかわらず、厳しい結果となっ ている。
		一般機械器具製 造業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災以降、自動車メーカーの生産調整を受 け、一部ラインが停止している。
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・被災した企業はこれから先の状況が全く見えないよ うな厳しい状況である。
		輸送業（経営 者）	取引先の様子	・主要荷主数社の復旧が予想以上に遅れており、早く ても6月から、遅いところでは今年一杯かかる見通し となっている。
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が大きくなっている。
		金融業（広報担 当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、直接被害がなかった地 域も自粛ムードで低迷している。しかし、震災直後と 比較すれば若干は改善してきている。
		広告業協会（役 員）	取引先の様子	・東日本大震災後、発注はぱったり途絶えている。広 告会社は社員の自宅待機や早期退職の奨励などでしの いできたが、ここに来て持ちこたえられず、廃業する 企業も出てきている。
		広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災以降、定期発行印刷物の中止、土産品 にかかわる包装紙や掛紙、パンフレット等の印刷物の 発注控え、広報活動の自粛などにより、仕事は全く見 えてこない。そのため、今月の売上は前年比40%減の 落ち込みとなる。
		新聞販売店〔広 告〕（店主）	それ以外	・東日本大震災で沿岸部を中心に壊滅的な打撃を受 け、水産業界を中心に施設設備が流出した。また、生 活者も相当数の家屋の流出や倒壊、約2,000人が不 明、死亡といった状況である。景気の動向以前の問題 に苦悩している。
		経営コンサルタ ント	それ以外	・東日本大震災の影響により、3か月前と現在で景気 を測る尺度が断絶しており、時系列的に判断すること には無理がある。
		公認会計士	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、クライアント自体、会社を 流されたり、店舗が津波の被害を受けたりするなどし ており、その損失処理で赤字が大幅に膨らんでいる会 社が多い。
		コピーサービ ス業（経営者）	それ以外	・東日本大震災からの復興は道半ばという状況であ る。
		その他非製造業 〔飲食品卸売 業〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災により、受注活動はほとんどできない 状況となっている。商品もそろわず、ただ一方的に送 られてきたものをそのまま割り当てて送っている。
		その他企業〔工 場施設管理〕 （従業員）	取引先の様子	・現在の状況は横ばい又は悪化してきている。東日本 大震災の影響で部材の確保が難航している。また、設 備などもまだ稼働できないところがあり、震災で遅れ が生じたロットのリカバリーに追われ、震災前の水準 に戻っていない。
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・損害保険会社や生命保険会社で震災特需が見られ る。また、瓦礫の撤去の終了とともに作業員が戻って きており、市内で停止していた案件、工事が徐々に動 き始めている。
	変わらない	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は引き続き増加しているものの、増加率 は鈍化している。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・水産加工会社や旅行産業、観光産業が軒並み採用を ストップしている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響から新規求人数が落ち込み、求 人倍率も15か月ぶりに前年同月を下回っている。
		職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・一旦収まっていた休業などの雇用調整の実施に係る 相談が増加している。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響により、新規求人数は伸び悩ん でおり、有効求人倍率も低迷している。
職業安定所（職 員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響による求人取消が増えている。 特に、ホテル、旅館業などは自粛の影響がまだ残っ ているため、採用を延期されたり、取り消されたりし ている。また、製造業でも原材料が入荷せず、生産を停 止している状況が見られる。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・東日本大震災直後は離職者の発生は目立たなかったが、4月に入り宿泊関連や製造業を中心に離職者が増加している。
	悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・東日本大震災により、稼働派遣社員の2割以上、派遣先企業の2割弱が休業しており、業績に及ぼす影響は大きい。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が大きすぎる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災発生後、被災地の経済、金が回っておらず、どの取引先も前向きではあるが具体的要素が少ない。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・東日本大震災以降、一般の仕事が全くない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・東日本大震災以降は景気全体が最悪の状態となっているが、求人数そのものは落ちるところか、逆にやや増える傾向にある。これは、支援を含め、震災特需業種が当地域を重点に雇用の呼びかけをしているためである。ただし、被災した企業においては、解雇や雇用調整をすることで、あるいは会社自体がなくなったところもある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・東日本大震災の影響で売上が大幅に減少している。震災後は前年同期比75%程度で推移している。今年4月に新卒を1人採用し、9月にも1人予定しているが、取り止めるかもしれない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災により、県内企業の経済活動が連鎖的に停滞し、全く動きがない状況になっている。特に、春からの観光シーズンを前に、誘客が期待できない観光関連事業者の打撃が大きくなっている。自動車や半導体の工場は徐々に生産を再開しているが、本格的な生産はまだこれからである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で、新規求人が大幅に減少している。また、雇用調整助成金の問い合わせや申請が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災による影響は計り知れず、景気は悪化している。新規求人数は前年同月比で大幅に減少しており、5か月連続で減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災により、建物や工場の破損、物流関係の麻痺、放射性物質による風評被害が起きている。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・東日本大震災後、店舗の復旧も進み、4月からは完全に営業を開始している。停電によるロスもなくなり、補修用品、生活必需品中心に売上高を伸ばしている。また、地震対策品、節電用品も売上を大きく伸ばしている。
	やや良くなっている	スーパー（経営企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で家庭で飲食する客が増えたせい、3月ほどではないが4月も引き続き売上が良くなっている。また、節電の結果、使用電力量が20%以上減っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で商品の入荷が大分悪いといったことがあるが、逆に遠出をしないで近隣の店で買物をするにつながっているようで、客数が少し伸びている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上、客数共に前年比100%となっており、ゴールデンウィークが始まる週からは客数が同120%と底上げに貢献している。前年は7年に1度の祭りなどでぎやかだったことを考えると、人の動きは良くなってきている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後の被災した家電製品の買換え需要が出ている。商品の状況では、テレビ、電子レンジやオーブンレンジなどの転倒で使用不可能になった品が多い。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3月後半以降、4月に入り、一層の悪化を予想したものの、逆に3月の落ち込み分を回避することができている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	来客数の動き	・東日本大震災により、母体ショッピングセンターが復旧工事のため約1か月間休業となり、営業ができない状況で大打撃を受けたが、営業再開後は継続的に通常の150%以上の来客があり、好調に推移している。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	販売量の動き	・東日本大震災の関係はほとんどないというより、いろいろな自粛ムードのなか、近場でしかもお金があまり掛からないという当店のようなゲームセンター、アミューズメントパーク、ネットカフェには客がある程度来てくれている。
	変わらない	商店街 (代表者)	お客様の様子	・東日本大震災の後には有用品以外は買い控えて本当に売れなくなっている。飲食店等も暇だと言っている。
		一般小売店 [精肉] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災後50日過ぎたが、夕方から街路灯が付かないので暗くなり、皆危険になるとあまり通らない。ほとんどゼロのような状態である。その分明確いうちに来てもらえればと思っているが、スーパーや大型店のみで一般商店には全く呼びがない状態である。町もこれでは活気が出てこない。
		一般小売店 [家電] (経営者)	お客様の様子	・被災地中心の情勢も少しずつ落ち着きを取り戻してきたが、全体的に自粛ムードもあり商品の動きは悪い。
		百貨店 (販売促進担当)	販売量の動き	・東日本大震災から1か月以上が経過し、震災直後の極端な消費マインドの低下からは回復してきている。マチュアからエルダーマチュア世代のファッション衣料がいまだ不振であるが、それ以外の商品群は、前年実績並みまで回復してきている。
		スーパー (店長)	単価の動き	・東日本大震災の影響での商品不足は一段落したが、風評もあり青果物の価格が安値のため、部分的に売上は厳しい状況である。その他の食品に関しては、ほぼ通常の動きをしている。
		スーパー (統括)	販売量の動き	・客の食品の買い方、販売数量は通常に戻ってきたが、乳製品など一部商品の供給が間に合っていない。また、花見や地域の祭りが中止になるなど季節モチベーションへの支出が抑制されており、販売量の伸びがない。
		衣料品専門店 (販売担当)	お客様の様子	・東日本大震災後の計画停電で3月は大きく落ち込んでいたが、4月上旬くらいから人の動き、客の様子が幾分明るさを取り戻しつつあるような気がしている。ただし、買物、消費行動にまでは移っていないので、景気の悪さは3月からそれほど変わっていないような状況である。生活必需品以外はやはりかなり停滞している。
		自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響でマイナスもあるが、買い控えていた物、必要な物の動きがやや出てきたので、プラスマイナスで相殺という状態である。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・このところ毎日のように霜注意報が出され、地場の果樹や野菜の成長も遅れがちである。今後も天気次第の生活になるため不安も大きく、地域の消費も湿ったままである。
		通信会社 (局長)	お客様の様子	・3月は東日本大震災直後の計画停電などが心理面に大きく影を落とし、消費抑制、自粛ムードが顕著であったが、4月はこれらが幾分解き放たれた感があり、販売も順調に推移している。しかし、景気が改善したと言える程度のものではない。
		通信会社 (営業担当)	来客数の動き	・量販店舗の客足を見ると、週末にもかかわらず来客が少なく、節電等も影響し、消費が冷え込んでいる傾向は変わらない。
		ゴルフ場 (副支配人)	来客数の動き	・東日本大震災で大幅なキャンセルがあったが、今月に入り、ややガソリンの供給もあったため、客が戻ってきている。
		ゴルフ場 (支配人)	単価の動き	・県外来場者が減少傾向にあり、狭い商圏エリアに客が集中している。周辺コースとの競合で客単価が乱れており、客単価の落ち込みが激しい。
		競輪場 (職員)	お客様の様子	・入場者数、購買単価ともに減少傾向にある。
		設計事務所 (所長)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で建築依頼があったことは確かであるが、それはこれまで計画の蓄積があったわけではない。実際には多くの障害があり、実施にはいまだ多くの時間を必要とするため、その効果が表れるにはまだ時間が掛かる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・一部の住宅ローンの金利引下げの効果がかなり出始めている。年内という時限措置であるが、建築資材の調達が困難なため、工期が通常より掛かることから先食いの様子がある。
	やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響は色濃く残っており、祭りの中 止などもあって街の人出も少なく、売上も伸びていな い。
		一般小売店〔家 電〕(経営者)	販売量の動き	・客の購買意欲が停滞しているような感じで、予想よ りテレビ等の動きが悪い。
		百貨店(総務担 当)	それ以外	・今月より店全体の売上の25%を占めるある菓子メー カーが売場より撤退したため、菓子、食品全体の売上 が30%減少し、なおかつ来客の激減で他の部門の売上 も全体で10%下がってしまっている。東日本大震災の 影響での売上減もあり、今月は前年比61%とがたがた である。
		百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・東日本大震災後、数字的にはそれほどの落ち込みが ないような状況であるが、雰囲気的には来客が非常に 少ないような気がしている。
		百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・ゴールデンウィークに向けて若干の回復傾向が見受 けられるのも事実だが、東日本大震災による消費マイ ンドが懸念される。
		スーパー(経営 者)	それ以外	・東日本大震災の影響により、消費者心理が落ち込ん でいる。
		スーパー(総務 担当)	販売量の動き	・東日本大震災後、特に悪いのは衣料品関係、服飾、 小物、雑貨関係である。その反面、食品関係について は一部まだ供給が不足している商品などもあるので、 そのあたりを含めると、景気はかなり良くない。
		スーパー(総務 担当)	お客様の様子	・今月だけで見ると前年を上回る客数、売上となっ ているが、一過性の事態と考えている。物の供給ができ るようになり、買い占め、買いまとめもなくなり、今 は落ち着いている。今後は必要な物だけを買う傾向が 続く。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・セール品は動くが、その他は必要な物以外買わな い。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・買いだめのせいか、加工食品が少し悪くなってい る。
		コンビニ(店 長)	販売量の動き	・このところたばこが入ってこなくなったので、たば こにプラスしての買物ということが全く無くなり、そ の分大きく売上が落ちているため、厳しくなってい る。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、新車納車のめどが立た ないでいる。今のところ修理に関する部品は調達でき ているが、今後どうなるか見通しが付かない。
		住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・東日本大震災直後の買物の反動が出ている。このた め、買上点数の減少と同時に、自粛ムードのなか、必 需品以外の販売量が落ち込んでいる。
		高級レストラン (店長)	販売量の動き	・まだ自粛ムードが強く、東日本大震災前の水準まで は回復できていない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ1か月ほど計画停電等で営業ができないことも あり、客数も非常に減っている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・いまだに自粛傾向があり、単価、人数等もすべて控 えめ、飲み物の量にまで影響が出ているように見受け られる。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で会合が中止になっていたが、 回復の兆しは見えるものの、客数の減少は続いている。 福島第一原子力発電所の影響も相変わらず続いて いる。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・自動車産業の町のため、計画停電などで工場の生産 ができず、ますます出張者が減っている。
		通信会社(経営 者)	販売量の動き	・東日本大震災後の影響で、年度末に流れてしまった 仕事がいまだ受注に至らない。一番厳しい時期であ る。
		ゴルフ場(業務 担当)	お客様の様子	・コンペなどの取り込みが全然回復していない。
	設計事務所(経 営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で流通や生産が遅れている材料 などもあり、工期が間に合わない所も出てきている。 工事が以前の状況に戻るにはまだ月日が掛かりそう である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
悪く なっている		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・例年、ゴールデンウィークには相応の入出があり、別荘見学者が増加する時期であるが、今年は見学希望者が低調である。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・客の物件購入に対するマインドは明らかに低下しており、問い合わせや来場が減少している。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、旅行客が激減しており、例年にぎわうさくら祭りも半分の人出である。隣接大型店閉店の影響もあるだろうが、比較検討できない。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛ムードのなか、さくら祭りのイベントを開催したが、義援金募金で高い関心があり、会場は大勢の人でにぎわったものの、商店街へ流れて来ない。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で商品がなかなか入ってこない。売る物がなくて弱っている。
		一般小売店〔衣料〕 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の関係で、観光客が一向に来ていない。当店でも量的な動きは少なくなっており、全くない。
		一般小売店〔青果〕 (店長)	お客様の様子	・東日本大震災後から消費意欲はかなり低迷しており、必要でもよほど必要でなければ買わない、高い物は買わないという現象が起きている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で消費マインドが冷えている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・買い控えが目立つように見受けられる。特に単品買いの客が多い。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・やはり風評被害が日増しに当地方にまで向かってきている。衣料品については買い控えをしているようである。
		衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・商店街に全く人通りが見えないので、将来が不安である。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・東日本大震災直後よりは客足が戻りつつあるが、高級品よりも手ごろな品物を買う傾向が高く、相対的に売上が減少し、今月は前年比32.5%減となっている。
		家電量販店(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響がある。取引先、営業所が東北方面に多く、復興に時間が掛かるようである。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災により生産がストップしたため新車の入庫がなく、また、消費者の自粛意識による消費意欲低下からか、新車の購入も減っている。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・全然人が動いていない。東日本大震災の影響もあるのだろうが、早く手を打ってもらわないと被災地以外にも路頭に迷う人が出てくるのではないかと不安である。
		スナック(経営者)	競争相手の様子	・東日本大震災の影響もあり、個店の努力だけではちょっと足りないような気がしている。
		観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災直後からの自粛によるキャンセルは落ち着いてきている。ゴールデンウィークの予約も直近になって増えつつあるが、まだ例年の状況には及ばない。前年比で3割程度の減少が予想される。
		都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・当地域は被災地であり、その後の福島第一原子力発電所の放射線の問題もあり、団体、個人客を含めて今後の予約の多くがキャンセルとなっている。また、当ホテルは震災復興のため8月末まで全館休業をしている。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故で、3～5月の会合、宴会等がほとんどキャンセルになってしまっている。また、今後の予約分についても、総会のみで懇親会をやらないなど、非常に切羽詰まっている状況にある。宿泊に関しては辛うじて60～70%程度というところである。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災で当地域もいまだに大きな影響を受けている。ちょうど歓送迎会の時期であったが、予約は入っていたものの、延べで40件くらいと非常にキャンセルが多く出ており、大変苦労している。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・販売量、来客数ともに全く向上していない。	
	旅行代理店(所長)	それ以外	・東日本大震災による旅行自粛並びに福島第一原子力発電所の放射線による敬遠での被害は甚大である。地域内の宿泊施設の廃業や倒産も発生しており、今後の連鎖が大変に懸念される。	
	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・過剰な自粛により販売高が伸びないため、悪くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災までは順調に売上と利益が確保できていたが、震災後からキャンセルだけでなく、受注も前年度比30%と落ち込んできている。客も今のところ自粛傾向で、個人客の動きも非常に鈍く、企業等も出張や旅行は減っている。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・旅行業においては自粛ムードが非常に高いと感じている。特に、グループ、団体、法人系の動きが非常に良くない。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードが強く、全体の動きが悪いため、前年同月比で25%の減収となっている。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により来客数が減少していることと、携帯電話の商品供給が少なくなってきたため、販売数が減少している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードと風評被害により、観光客が激減している。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の発生によりレジャー関連施設への出控え傾向があったため悪くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、美容院全体の来客数が減少している。景気の良い時は曜日に関係なく平均的に来客数が多いが、景気の悪い時は忙しい日、暇な日の格差が大きく、従業員の調整等が大変である。景気の回復が遅れて、良くなる方向、先が見えない状況になっている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・当店のイメージでもあった大型ガラスの修理が業者の関係でなかなかできず、客に不安感を与えている。このような事情は多かれ少なかれ客の住居にも当てはまり、なかなか外出をする気にならないのではと推察している。
		その他サービス [立体駐車場]（従業員）	お客様の様子	・駐車場自体の販売、売上は前年比7割くらい、来客数は同様に5割の動きとなっており、単価も低く、非常に悪くなっている。また、各テナントに関しても来客数は同様に悪く、前年比3～5割台という動きである。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・新年度当初ということで例年仕事の受注は少ない時期だが、今年は年度末から新年度に掛けての2か月間、仕事の受注は皆無に等しい。東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の長期化で、全体の景気の下支えムードが極めて悪い状態である。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・3月よりは若干良い状況であるが、来客が少ない。
住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・少しは良くなるのかと思っていたが、東日本大震災後はますます悪くなっている。当地域から外国人が皆帰国してしまい、アパートは現在空室だらけである。		
企業動向関連	良くなっている やや良くなっている	—	—	—
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で供給できなかった物が整いつつあるなかで、当社の商品は多少動きがある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・当社は電動工具の部品などを作っているため、東日本大震災による特別需要だと思うが、売上がやや増えている。また、その他の部品類も増えている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の被害で、東北方面の各物流センターの機能が停止している部分の代行出荷として、関東エリアで補っているため、前年度5割増しの物量となっている。景気が上向いている形ではないが、買い占め等の備えもあり大幅に物が動いている。
	司法書士	受注量や販売量の動き	・3か月前よりはやや良くなっているが、まだ普通というところまではいっていない。	
	変わらない	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・被災地の仕事が当社に流れてきているので、仕事量は増加している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・依然として受注量も少なく、体験教室の人出も低迷が続いている。
窯業・土石製品製造業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が、製造設備の損壊などに大きく響いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金属製品製造業（経営者）	それ以外	・今月に入って、デパート、病院クラスの大型の自家発電装置が以前より大幅に出てきている。しかし、各使用先に合わせての加工のため、時間は相当掛かっている。電力は今のところ順調で、通常の稼働なので非常に助かっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は東日本大震災の影響は思ったより少ない。ただし、他社を見ると増えた所、減った所の格差が大きい。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1～3月と比較的順調で、4月も順調に推移している。受注量、取引先も数社あるので、良い会社と悪い会社があるが、まずまずのところである。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月の年度末納品が終わったが、災害予算が出ていく影響で4月以降の行政の契約見込みは未定である。ただ、通常出ていく納品及び装置のメンテナンスリースが継続するため、それほど変わらない。
	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・見積競争で価格が低くなっているので大変厳しい。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災後に行なった県内企業へのアンケート調査結果によると、製造業、非製造業ともに業況感が悪化している。
		不動産業（経営者）	それ以外	・契約解除があったため、残された契約者は仕事量だけがかなり増えることになり、負担が掛かる見通しである。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・建築、設備関連業種で資材が間に合わず工事が停滞していると聞いている。また、イベントなど行事の自粛、中止が相次ぎ、予定されていたものがなくなったため大きく減収した等の話は広告、流通などから多く耳にする。花見小屋も昨年の半分程度と低迷したようである。チラシ出稿量は、ゴールデンウィーク前の需要を含めても前年比89%に止まっている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災から1か月が過ぎ、落ち着きを取り戻しつつある。現状回復を急ピッチで進めており、しばらく需要の悪化は続く。
	悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月11日以降、出荷が急速に落ち込み、30%ダウンしている。東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の直接の被害を受けている客先は少ないはずなのに、間接的にもこんなに影響するものかと驚いている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、皆この先どうなるかという不安を抱え、材料等を発注しなくなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、特に自動車向けの仕事で動きが完全に止まってしまった品物が何点もあり、売上が立たない状況である。他の分野の仕事ではその穴を埋めきれない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響から、部品不足で思うように生産体制が組めない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本震災後の自動車主力メーカーの受注量は半減以下、しかも6月以降についても見通しが全く立たない状況である。したがって、これからは休業や管理職の給与カットで進むという状況である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・予想どおり4月は展示会が軒並み中止となり、また、消費マインドの低下は宝飾業界を直撃しており、売上は前年の50%を大きく下回っている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。7か月经過の4月末時点で、受注額は前年比18%増である。これは同札によるくじ引きで落札ができた結果であり、安定した状況ではない。今後、受注体制の確立が望まれるところである。
		通信業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・得意先の売上も極端に下がっているようで、こちらには仕事が回ってこない。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、ほとんどの業種の取引先で売上が減少し、収益状況が急激に悪化している。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月に入居予定だったテナントが、東日本大震災の影響で来月以降にずれることになっている。また、建物にも被害が出たため、その対応や補修に費用が掛かっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販促ツールの受注が50%以上キャンセルとなっている。東日本大震災後、すぐに広告宣伝をやる企業は少ない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、材料、部品等、資材の調達難や入手難のために生産面に支障を来している。住宅建築等の建設関連では部材が入荷せず工事が滞ったり、食品製造業では風評被害による注文の急減に加えて計画停電のために生産が止まったりしている。企業の潜在的生産能力は変わっていないが、消費マインドが大きく落ち込んで、飲食や観光等の消費関連業界も非常に厳しい状況に陥っている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災対策の助成金セミナーを行ったところ、会場が満員になり、椅子を増やすほど人が集まった。個別面談の希望者も大変多く、苦勞している事業所が非常に多いように感じられる。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	—	—	—
	変わらない	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年比での新規求人数は増加を続けてきているが、仕事を求める人の数は減少せず、横ばいのみである。職業相談窓口の混雑も終日継続している状態である。
		学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響もあり、操業のできない工場など、人材派遣業等に影響が出ている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	それ以外	・東日本大震災以来、仕事量が20%くらい減り、悪くなっている。
		人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で取引企業のオーダーが少なくなっている。材料部品の不足により生産量が減少し、取引高も減っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・3月の新規求人数について、上旬までは前月に準じて好調な動きであったが、東日本大震災の影響により3月11日以降の求人数の増加率は失速しており、今後も減少していく。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災等の二次的、三次的被害による休業や雇用調整が見受けられる。
	悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・青果、食品、魚も含めて若干動きが出てきている。良い方向の動きというよりは回復基調で活発さが見受けられる。自動車関連の部品、電子部品についても、若干荷動きがあったようで、今後期待していきたい。住宅関連は増改築等、東日本大震災による補修関係が動き始めている。ガソリンが落ち着けば、幾分また活発さが出る。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、取引先のホテルや旅館関係が休館であるとか、集客が非常に少ないということで、4月については非常に打撃が大きい。やはり利用する人々のマインドが冷え込んでいる。
人材派遣会社（営業担当）		それ以外	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の詳細が分かるにつれて、ダメージが大きくなってきている。	

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・当店は東日本大震災後、3月最終週くらいから堅調に推移し、今月は前年を上回る売上を記録しており、非常に良い状況に戻っている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響も一回りし、普段の購買動向は落ち着きを取り戻しつつある。計画停電がなくなったと宣言されたことが良い方向に導いている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・桜の花も終わり陽気も良くなったせいか、商品の動きが幾分良くなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響もあるからか、すべてのカテゴリーで伸びが感じられる。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の広告の成果があり、ゴールデンウィークの申込が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災に伴っての自粛モードだった世間が今月に入って、自粛では被災地の救援にならない等のマスコミ報道もあってか、動きが出てきたように見える。タクシーもそれなりに利用客が増えてきている。ただし、電力省エネを実行することが復興の足掛かりになるということでやむを得ないが、都心のネオン、街灯が消灯されているので何か活力不足の感が否めない。
		ゴルフ練習場 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災以降、練習の頻度を減らしたり、練習をとりやめたりする客が多かったため、今月は前月よりやや良くなっている。ただし、前年同月比では2割ほど落ちているため、あまり景気が良いとは言えないのだが、前月、前々月よりは良くなっている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	来客数の動き	・東日本大震災直後は計画停電もあり売上減となったが、4月に入り、身近なレジャーとして多少ではあるがにぎわいを見せている。ただし、長期的には良い傾向とは思っていない。
		設計事務所 (所長)	お客様の様子	・規模は小さいが民間の物件が具体的に動いてきている。また、行政の仕事が前倒したのか、早めに出てきている。いつもは6月以降のものが今年は4月に受注できたため、近年にないことである。
変わらない		商店街 (代表者)	来客数の動き	・東日本大震災により、一時的にある特定商品は売れて売上が伸びたように感じられたが、4月は品不足と買い控えのため売上が減少している。2か月間の合計では、売上は良くなってはいない。
		一般小売店 [家電] (経理担当)	販売量の動き	・静かではあるが、商品は動いている。東日本大震災はあったが、客のエコに関する関心もあり、問い合わせが増えている。
		一般小売店 [茶] (営業担当)	販売量の動き	・上旬は東日本大震災の影響で客数が少なかったが、中旬より徐々に増え、下旬には前年並みの売上に戻っている。4月は新茶予約の時期だが、前年に続き今年も気温が低く引き渡しが遅れるためか、予約客数、売上はともに減少している。
		百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・計画停電が見送られたため、3月より来客数が増加しているが、買上率は下がっている。春のファッションへの関心度はまだ上がらない。
		百貨店 (総務担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で過度な自粛モードが心配だったが、計画停電は解除され、自粛モードも和らぎ、今月は来客数、売上ともにほぼ前年並みで推移している。
		百貨店 (販売管理担当)	販売量の動き	・販売量、売上の前年比は1月末の99.3%と比較して、4月26日現在で前年比101.7%と、3か月前を上回っており、東日本大震災による買い控え、自粛の反動が表れてきている。しかしながら、トラベル需要を中心に完全回復に至っていないことから、総合的に判断すると身の回りの景気は変わっていない。
		スーパー (経営者)	販売量の動き	・日持ちのする物の買だめが前月あったため、その反動で米等、必需品の売行きが少し悪い。客数はそれほど減っていないが、客単価が下がっている。余計な数を買わないような動きが出ている。
		スーパー (店長)	単価の動き	・東日本大震災以降の自粛意識も徐々に回復しつつあり、商品も一部を除いてそろいつつある。しかし、生鮮食品の風評被害による一部産地の大幅な値崩れや、反対にその他の産地の異常な価格高騰で本来の相場がつかみづらく、一般消費者にはかなり戸惑いがあるようである。特に震災後に買いだめしたであろう高単価の調味料などは、まだ家庭に眠っていると考えられ、広告による集客に頼る業界としては厳しい状況である。
		スーパー (ネット宅配担当)	販売量の動き	・東日本大震災の特需も一段落したが、特に客数、販売数ともに大きな変化が無い。
		コンビニ (経営者)	販売量の動き	・必要な物を注文しても総体的に物が無いということで、本部又は卸の関係から全然入って来ないため、非常に大きな影響がある。産地が被災地の場合、それに関連する物すべての出荷が止まるような状態にあり、非常に苦慮している。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災後1か月を過ぎて、消費者は落ち着きを取り戻している。来客数は減ったが目的買いの客はセットアップでの購入が目立ち、買上点数は上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災もやっと取り戻りつつあり、復興のため皆が頑張っているが、アパレル業もやっと出始めている。
		家電量販店(店員)	単価の動き	・販売量が多くあったとしても、単品の売価が安い。
		乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・2年前の普通トラックの需要は4万台弱で、前年は低公害車普及促進対策費補助金が出て5万台、今年も補助金が出て販売台数はほとんど変わっていない。普通トラックの4、5万台という台数は昭和30年代まで落ち込んでいるということであり、景気としては相変わらず悪く、変化はない。
		その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災から1か月以上たち、生活は平常に戻っている。しかし、接客に乗ってくる客が減っている気がする。化粧品や、カウンセリングの必要な薬などの売上が芳しくない。
		その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	販売量の動き	・国内市場は、東日本大震災による大きな落ち込みはなくなったものの、依然低調である。海外市場はこの時期は比較的落ち着いた。
		その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・東日本大震災後、計画停電が実施され、客は生活必需品の水、米、カップめん、乾電池、懐中電灯等の購入に必死であったが、4月に入り買いだめも沈静化し、徐々に正常化しつつある。春の陽気と震災後の衣料品の買い控えの反動もあり、ファミリー衣料、子供服の売上が回復しつつある。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災、計画停電の影響で予約等、宴会等はやはり大変少なく、来客数も減少している。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・当店では売上が3月11日の東日本大震災前に一応戻っている。その前の、未曾有の不景気と言われていた時でもさほど良くはないものの頑張っていたが、今はそれに戻っているため、一安心といったところである。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・花見の季節になって少し良くなってきたと思うが、地震が今でもよくあるので、東日本大震災の影響がまだ大きい。
		通信会社(経営者)	販売量の動き	・テレビ、ネット、電話ともに3月より新規獲得数は回復傾向にあり、計画値に達する見込みである。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・ランニングコストを抑えるための解約が増えている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・地上アナログ放送終了まで3か月であるが、対策を保留している客が多い。また、集合住宅の空室が多い。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・7月のアナログ放送中止に向け、快調である。
		通信会社(支店長)	販売量の動き	・東日本大震災と計画停電の影響で、春商戦が若干遅れて3、4月にきている動きが見られる。
		通信会社(局長)	お客様の様子	・東日本大震災で消費が落ち込んではいないものの、震災地以外の地域では潜在消費力はあると感じるが、いまだ慎重になっている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・4月は東日本大震災の影響は限定的であり、契約数は3か月前と同等である。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	来客数の動き	・3月は東日本大震災の影響により催事、公演の開催中止や延期が相次いだが、4月に入り開催が再開され、客足が戻りつつある。しかしながら、海外からの団体客は依然として激減している。
		設計事務所(職員)	それ以外	・公共のプロポーザル、入札案件数が減っている。民間は特に変化はない。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・東日本大震災の影響や、計画停電の混乱からは立ち直っている。3月後半のクレジットカード売上前年同月比40%減は、4月に入り3%減にまで回復している。しかし、近隣にできた大規模ショッピングセンターのオープン景気で持って行かれている。
		一般小売店[和菓子] (経営者)	お客様の様子	・贈答用の販売量はかなり落ちているが、出掛けないためか、自宅で消費する菓子が多少売れている。しかし、単価的にはかなり落ちている。
		一般小売店[衣料・雑貨] (経営者)	お客様の様子	・4月に入り気温も高くなったが、春物の売行きはまずまずである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災については多少なりとも改善が見えてきたと思うが、福島第一原子力発電所がこのような状況だと、購買意欲は最低限の生活密着品でしか動かない。ある程度の目鼻が付かない限り、購買意欲の上昇は考えられない。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	それ以外	・米などの食品は比較的変わらずに売れているが、商店街では衣料品や眼鏡等の店は暇な日が多いと聞く。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響、特に計画停電で消費が本当に冷えてしまった感じがあり、ひどい状況である。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、3月に電力不足や物流の停滞等で下がった分、4月に後回しという形で回ってきたこともあり、ある程度の売上はある。ただし、例年並みではない。外商関係の案件数がだんだん減りつつある。この震災で急ぎよ投資をしなければならないという所もあるが、逆に投資ができない、保留という所も徐々に始めている。3か月前と比べると、景気は若干後退している。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・節電や計画停電による営業時間の短縮、また余震や福島第一原子力発電所の事故に伴う消費マインドの低下により、販売量は減少傾向にある。4月半ばから通常営業体制に戻ったものの、来客数、売上はともに苦戦している。ただし、首都圏の郊外では好調な店舗が出ており、遠出をせずに近場で消費する傾向が見られる。
		百貨店（広報担当）	それ以外	・3月11日の東日本大震災直後から、販売時間短縮やエレベーターの一部運行中止など可能な限り節電体制をとっており、売上の苦戦は継続している。しかしながら、震災対策グッズはもとより、衣料品などの高額品にもそれなりに動きが出てきており、当初予想したよりは客数や販売単価は落ちていない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3月は大きく落ち込んだものの、少しずつ回復が見られる。特に婦人服では前年をとらえたことが明るい材料である。ただし食料品が前年比5%減であり、3か月前との比較という観点からは厳しい状況と言える。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災以後、自粛ムードがまん延し、まだ本格的購買には至っていない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2月から購買に対する兆しは大きく、売上も期待できたが、東日本大震災により大きく落ちている。4月からは戻りつつあるが、大きな流れにはなっていない。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災以来の買い控えから、ようやく衣料品、ファッション領域への購買意欲が回復したものの、まだ3月に買いそびれた必需品が中心の状況で、単価も低下傾向である。
		百貨店（副店長）	お客様の様子	・食料品を始め生活必需品は売上が戻っているものの、衣料、雑貨や嗜好品等はいまだ自粛をしているようである。
		百貨店（店長）	それ以外	・東日本大震災の影響があり、4月に関しては前年に比べて売上は伸びているが、3月の大幅なマイナス分を考えると、景気が良いとの判断はできない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの出費に備えての買い控え、又は3月のまとめ買いの反動が出ている。必要な物のみを買い、衝動買い等は極端に減っている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・総合小売業である当店では、食品の客はそれほど変わらないが衣料品、住居関連品の客数が一段と減ってきている。食べ物はまだ買う客はいるが、不要不急の商品では厳しいようである。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・4月初めの週末から、東日本大震災以降の客の買い方や買い控え、自粛ムードが若干持ち直し、新年度に向けての必需品等を買うようになってきている。しかし、目的を絞った動きになっており、決して無駄な物は買っていない。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・福島第一原子力発電所の件で、やはり景気感が相当下向きになっている。
		スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、3月は備蓄用に購入量が増えた反動で、物資の買い置きがある家庭が多い。また、節約ムードが高まっており、購入量が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・日本産のたばこがほとんど入荷せず、あるいは割り当て発注ということで、納品が大変少ない。外国たばこを買う客もいるが、日々のたばこの売上は2割ほど落ちており、それに伴って客単価が1割ほど落ちている。そのため、来客数は変わらないが、特にたばこの影響が大きく、客単価は落ちている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が徐々に出てきている。いまだ商品の入荷が正常に戻らないこともあるが、客の財布のひもも固くなってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で売上は伸びているが、一段落して物がなく非常に厳しい状況になりつつある。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災による外出控えで、やや悪くなっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・たばこは多少戻りつつあるが、他の商品については変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月も来客数の減少で売上は苦戦している。例年だとこの時期は連休中の旅行用衣類を求める客が多いが、今年は少なく、東日本大震災の影響がまだ当分続くようである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・買い控えなのか、周りの状況を見てなのか、来客数が絶対的に足りていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っているが、販売が東日本大震災からあまり良くなり前年比で5割減となっている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響で、自粛ムードが高まり購買意欲が低下している。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・東日本大震災等もあって全般的なことは言えないが、やはり景気が冷え込んでおり、販売量も減っている。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・東日本大震災後、休業していた外国人経営の店舗は徐々に再開しているが、外国人観光客の客足は依然戻っていない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前月の前年比は、3月24日までの結果で客数は81.4%、売上は81.0%である。今月は4月25日現在で客数は96.9%、売上は96.5%である。福島第一原子力発電所の事故で消費マインドが低下している。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後、3月末くらいまでは自粛や計画停電等で来客数も客の様子も大変悪かったが、4月に入ってそのあたりは若干緩和してきている。しかし、以前のように戻るということやはりない。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・婚礼見込みの来客は前年並みに戻ったが、成約率が伸びない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で被災した親戚がいるという客が多々いる。当店に来て、気晴らしにどこかに連れて行こうかという話もあるが、避難している人々の事情もあるらしく、なかなか思うようにいかない。販売量は全くと言っていいほどない状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・例年に比べると契約数の伸びが芳しくない。東日本大震災の影響で不要な出費を控える傾向にある。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災後、国全体の経済活動が下がっていることや、節電の影響もあり、有料チャンネルの解約が後を絶たない。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・4月中旬からは回復基調になっているため期待感はあるものの、東日本大震災の影響により関東圏の営業局は軒並み前年割れ実績となる。
		パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響があり、今は営業時間は平常に戻ったが、特に夜の客が早めに帰ってしまう。夜の客足があまり伸びなくなり、客が早く帰るようになったことが大分影響している。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長）	来客数の動き	・東日本大震災から復旧してすぐは、反動もあり来客数が非常に多い状況だったが、2週間が経過し、かつ余震が続く中では、特に平日の子連れでの来客が著しく少ない状態が続いている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響から、新築工事の設計等もキャンセルが相次いでいる。大きな津波の被害があると予想される場所は、より一層大きな影響が出ていることは否めない。これから景気が良くなるというより、仕事がますます減っていく。低価格競争が激しくなればそれだけ営業から沈んでしまう。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故による先行きの不透明感で、住宅購入に対して慎重になっている。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・展示場への来場者数が例年に比べて少ない。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響により販売量が鈍くなったため、やや悪くなっている。
		その他住宅〔住宅資材〕(営業)	お客様の様子	・東日本大震災復興に向けた受注が、延期やキャンセルになったりしている。全体的に経済が停滞している影響があるのか、販売量が落ちてきている。
	悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・東日本大震災以来、非常に壊滅的な打撃となっているのは間違いないが、計画停電が終了したあたりからいくらか客の状況が安定してきたようである。ただし、特に着物の販売については生活必需品ではないことから、まだ非常に慎重にならざるを得ず、売上は大変厳しい状況にある。
		商店街(代表者)	競争相手の様子	・売れる商品が入ってこない。競合の大きなスーパーには品物がある程度入ってくるので、客はそちらのほうに全面的に流れていく。
		一般小売店〔文房具〕(経営者)	販売量の動き	・当業態はそう景気に左右されるものではないが、全体的に店内が暗い等、やはり東日本大震災の影響で、いろいろな面で購買意欲が無くなっている。
		一般小売店〔家具〕(経営者)	来客数の動き	・とにかく来客数が非常に少なく、景気が悪い。
		一般小売店〔祭用品〕(経営者)	来客数の動き	・自粛ムードなどで、飲食店等にかかなりのダメージが出た影響が来ている。
		一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	単価の動き	・今思えば3か月前の景気は上向きだったように思える。東日本大震災の影響が大きい。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響がボディーブローのように売上低迷に効いてきている。大きなホテルやレストラン関係への茶の販売減や、アミューズメント施設が次々と営業自粛しているため、大きな売上減となってきた。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・小売業がメインの当店では、少子高齢化の影響と思うが、とにかく客数が増えない。売上、客単価が増えず、マスコミ等で年金問題等の非常に先行き暗い話ばかりということもあり、景気が良くなる材料が何一つない。現状も前年を割っており、前年目標が精一杯である。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響や計画停電に伴い折込チラシが出せないという当社の要因等から来客数が大幅に減少し、また、客の消費マインドの冷え込みもあり、売上が低迷している。来月以降の客の動向を注視していきながら、対応策を見出していく必要がある。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災以来、来客数がやはり前年に対して大きく下回っている。15~20%くらいの減であり、それに呼応して売上もかなり落ち込んでいる。顧客心理としても、なかなか外出しづらい状況にある。
		百貨店(営業担当)	それ以外	・営業時間も通常どおりに戻るなど、東日本大震災直後と比較すると大分落ち着きを取り戻し、売上、来客ともに減少幅を縮小してきている。しかしながら、震災前の状態にはほど遠く、売上をけん引しているのは食品であり、衣料品の苦戦は続いている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・客数は前年をやや上回っているが、客単価のほうの前年を大きく下回って、前年の90%台を推移している。同じく買上点数も前年割れというなかで、客は3月の段階である程度買いだめをした部分があり、必要な物も買わない。また、安くても家に在庫があるので買わないという状況が続いている。
		コンビニ(商品開発担当)	それ以外	・東日本大震災による影響で悪くなっている。震災直後は関東を中心に特需、買占めの動きがあったが、落ち着きを取り戻すと買い控え傾向が見られている。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・3月に比べて気温も高くなり少しずつは良くなっているが、おしゃれ物の販売数は伸びてこない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・商店街全体にも人が少なく、当店でも当然来客数が減少し、売上がとても悪い。地域柄、外国人の売上も多かったが、少なくなったままである。高齢者の客はあまり変わらずに来ているが、なかなか売上には結び付かない。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で節約ムードがまん延し、消費意欲が大幅に落ちている。
		衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・3月は前年比50%だったが今は82%と、少しずつ上がってきてはいるものの、東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故及び放射線漏れの鎮圧がない限り、購買能力は上がらない。品ぞろえの見直しやビジュアルマーチャンダイジングなど、店では今できることを少しずつでもやっているが、客の買い方が厳しい状況である。
		家電量販店(営業統括)	販売量の動き	・一部東北エリアでは復興需要で注文件数が増加しているが、当地域では大きく落ち込んでいる。特に時計や宝飾品、ブランド品の動きが悪く、不要不急な商品を抑える傾向がより強くなっている。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・土日の新規来店がほとんどない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で大手自動車メーカーの工場がストップしたり50%の稼働率になったりして、年内は生産が以前に比べて止まっている。今、新車を注文しても納期が未定ということで、客が新車を買って控えている。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードにより、購買に影響を来している。また、受注が上がっていても部品調達ができず、登録待ちがあり、中にはキャンセルが出ている。整備関係にも影響が出ており、売上が大幅に落ちている。
		その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	販売量の動き	・風評被害で悪くなっている。
		高級レストラン (店長)	来客数の動き	・東日本大震災以後、宴会のキャンセルや特にディナータイムのレストラン席の来客数に、景気の悪さが顕著に表れている。
		高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、自粛を理由に利用が激減し、大きく業績が落ち込んでいる。3～4月に比べ既存の会合のキャンセルは減っているが、新規での受注が伸びていない。また、実施しても規模の縮小、内容の変更など非常に厳しい状況である。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3月11日の東日本大震災以降はほとんど仕事が無い。自粛でパーティー、会食、宴会その他はすべてキャンセルになっている。レストランの客足も相当減っている。今までの最悪のパターンである。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、全くと言っていいほど客の動きがなく、売上も半分以下に陥っており、極めて深刻な状況が続いている。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・東日本大震災以降、キャンセルが相次ぎ、販売量は悪くなっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災後、宿泊客はなかなか回復せず、ネットを通じて超割安プランを掲示しても、特にビジネス客数が全く伸びていない。婚礼客やコンサート、イベント関係の個人利用客数は震災前の水準にほぼ戻った感じはあるが、コンサート、イベント自体が自粛しており、客数全体のボリュームは大きく下がっている。レストラン関係は、ランチの婦人客は震災前の80～90%程度に戻った感じがあるが、夜の会社関係利用は大きく減少したままで、回復はまだ先である。特にホテル館内のバーの利用が全く回復していない。宴会は法人利用が70%減少し、最悪である。
		旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・東日本大震災の関係で、4月の団体又は個人客の約9割がすべてキャンセルと、非常に厳しい月になっている。また直後ということで、何も関係ない海外旅行のキャンセルも相次いでいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3月11日以前はやや良くなっている感じがしたが、東日本大震災後、一転し、営業収入は4割近い落ち込みが続いている。また、外国人客の姿がほとんど見えない。特に夜8時以降は閑古鳥が鳴いているのが現状である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災以降に売上が更に下がってしまっている。
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響と福島第一原子力発電所の問題で、昼夜問わず利用客が激減している。繁華街はもとより各主要駅でも空車タクシーの列である。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災以降、観光という気分ではなく、旅客数がかなり減っている。
		遊園地（職員）	お客様の様子	・東日本大震災前の状況まで、来客数はまだ回復していない。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・会員の利用は東日本大震災前に戻りつつあり、会員利用の多い土日に限り、来場者が多い状況である。しかし、震災後の客の自粛によるキャンセルは、4月中はやむを得ないが、5月にも影響があり、一般客が遠のいている。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	販売量の動き	・被災直後に比べかなり復活し始めてはいるが、チャリティー以外の歌舞音曲への風当たりを避けてか、公演の自粛や来日中止がまだ続いている。チケットの売行きも鈍く、このままでは事業が成り立たなくなる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方の来客数が大きく減っている。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災より客は買物等を控えており、当店で来客数が大変減っている。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	販売量の動き	・当社は観光貸切バスも運行しているが、東日本大震災の影響で観光旅行自体多くがキャンセルとなっている。バス業界も大変な影響を受けており、売上が半減するような状態である。5月以降は若干回復の兆しが見えているが、それでも前年をはるかに下回るような状況であり、大変苦慮している。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・先行き不安に対する警戒心と節約意識で、買い控えや質を落として節約をしている感が否めない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災が起こり、一般の客の考えがすっかり変わってきている。耐震性の家を確保したい、もしくは耐震性のある家にしたいという考えはあるが、今はそれよりも消費をせずに守る、そのような沈黙の状況になっているように感じる。元々PRしなければいけないことだろうが、社会全体がそういった守るという考え方になっているようである。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・東日本大震災後、情報及び計画の動きが全く止まり、客自身も今後の動きにどう対応すればいいのか考えているので、前へ進む話は全くない。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業だが、東日本大震災以前は、価格は低いものの、住宅の売行きは良くなっていた。しかしそれ以降は客の気持ち落ち込んでしまっているようで、来客が全く無い。大震災の被害を受けた人たちのことを考えてあらゆる行動を見送っているように思えるが、経済活動を中止することで世の中の景気を悪化させることは、被害を受けた人々を救済することもできなくなってしまう。元気に経済活動を続行して、国民皆でできる限りの救済をするべきではないかと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標の10%未満と景気は悪く、3か月前と比べても明らかに悪い結果となっている。東日本大震災後、住宅、不動産購入はしばらく様子を見ようというケースが多くなっている。積極的に検討していた客でさえも、福島第一原子力発電所の問題などがはっきりしてから再検討したいという気持ちになってしまっている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築の成約状況や土地の流通状況は芳しくない。東日本大震災の影響で、その気になれない客や、この先の経済状況を心配して慎重になっているユーザーが見受けられる。売上関係では工事の材料、特に合板関係の入荷が遅れて工期が遅れが出ており、売上に大変影響が出ている。		
企業動向関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	○	○	○

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
変わらない		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・今月は年度末関連の仕事が多く、受注できたのでやや良くなっている。
		出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・印鑑や印刷の仕事をしているが、3月11日の東日本大震災以来、得意先からの注文量がぐっと減り、やはり影響を受けていると感じている。法人関係の需要が落ち込み傾向にある。
		プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・受注量は前年同期に比べ2～3割増加気味だが、材料値上げのラッシュが前月末くらいから始まり、利益は変わらない。
		金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・東日本大震災のために得意先で液状化現象が起きたり、仕事の一部ができなくなり、約2週間ほどその仕事の手伝いをしていたが、復興して元通りに仕事ができるようになったので、あまり変化はない。新規の取引先ができたので、今までの得意先の減少分をカバーしている。
		建設業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・公共工事は年度替わりでいくつか受注にこぎ付けたが、民間工事は少額の営繕工事ばかりで、新築の工事は皆無である。
		不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・オフィスの空室が埋まらず苦勞していたが、思い切った賃料設定をし、徐々にではあるがようやく空室率が改善してきている。しゅん工間もない大型ビルも賃料を下げているので、古いビルは当面苦戦することを覚悟している。
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・東日本大震災以降、消費の自粛が中小商業者に影響を与えているが、必需品を始めとする物品販売については回復が目立っている。しかし、事業所数、従業者数の多いサービス業は回復の気配がない。運転資金の枯渇が限界に近付いている事業者が増えてきている。今後、倒産、廃業事業者が続出してくる可能性がある。
その他サービス 業〔警備〕（経 営者）	それ以外	・公営競技が再開して回復したが、民間の公共事業が減ってしまったため、売上が思ったより伸びない。		
やや悪く なっている		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響は少なくなく、中止や延期を余儀なくされる事業が多々あるため、それに伴い仕事のキャンセルが相次いでいる。
		出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	競争相手の様子	・同業他社数社で、東日本大震災での倉庫内の荷崩れによる預かり商品の破損がある。イベント関連の中止が多く、関係する印刷物も中止になり、売上、利益ともに厳しいとのことである。
		金属製品製造業 （経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響が出てきている。大手組立工場が部品がそろわないというだけのことではなく、いろいろな所に影響が出ているため、やや悪くなっている。
		一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・何とか頑張っているが、現在の仕事の内容が良くなる気配は今のところ全然見えない。
		精密機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が3月11日以降あり、客先が再開したのに4月11日の地震でまた、納入制限を実施している。ようやく22日ごろから再開する会社が出てきたが、客先も見切り発車と、資材調達が悪くなっている。
		輸送用機械器具 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・計画停電は当面無くなったが、売上は2月に比較して3月はマイナス15%、4、5月はマイナス20～25%くらいである。
		その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・得意先との話の中で、材料屋が倒産したとか皮屋が畳んだとか工場が閉鎖したとか、そういうニュースが飛び込んできている。当社の場合でも、得意先からの入金が遅れるので協力をお願いしたいという連絡も入っている。そういった意味で、かなり低下しているようである。
		建設業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災後の顧客対応を見ていると、工場等は生産ペースが落ち込み、新規建築設備計画を自粛する企業が多い。
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で原材料の工場が被災したため、製品化に支障を生じ、取扱量が減少し、売上減につながっている。
		通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・回復基調であったが、今月は数量が振るわず失速している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（支店長）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で受注が減ったり、先々の受注関係に対して見えない部分があるという不信感が非常に大きい。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が全業種に広がっているが、特に製造業、建設業は資材不足、原材料不足が発生している。それによって受注はあるが仕事が行えず、資金的にもかなり苦しくなっており、それが続くとまた景気に影響がある。
		金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・東日本大震災関係がボディブローのようにじわじわ効いてきている。サービス業では計画停電の影響が響き、客足が重い状態が続いている。良い材料が無いなかで悪い材料の数が減っているだけという状況である。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、メインの取引先の自動車販売会社では、工場で車が生産できず売れる車がなく、納期も見えないため、宣伝等を自粛している。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・クライアントの宣伝費の掛け方が、必要最低限で留まっている。特にエンターテインメント系のクライアントに関しては、計画停電など夏以降の世の中の動向が見えないため、軒並み差し控えている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災でサプライチェーンが途切れたことによる影響が出ている。顧客先の手製造業に部品が入らないため、中小企業の機械加工業では受注がストップしている。自動車系は特にひどく、受注がゼロに近いほど落ちている。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が続いている。原材料の調達ができず稼働できない状態が顧客企業に広がっており、結果的に当社の受注量減となっている。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災直後に比べればようやく少し動きは出てきたように思うが、撮影などは保留されたまま、企画のある仕事が行われる様子は今のところない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響があり、販売量が計画を大きく下回っている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が大きく、やや悪くなっている。
悪くなっている		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やはり東日本大震災の影響で悪い。
		繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災から1か月半が経過し混乱から脱した現在、繊維業界の景気は悪化の一途をたどっている。自粛ムードの中でファッションに対する消費マインドは完全に冷え込んでおり、注文のキャンセルも平然と行われている。一方で、福島第一原子力発電所の事故による風評被害を含む放射線汚染問題で受取拒否も発生しており、商品が全く売れない状況が発生している。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・東日本大震災以降、すべてにおいて悪化の状況である。ゴールデンウィーク前に多少案件が動いたが、用紙調達などで断らざるを得ない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は自動車関係の部品を作っているのですが、メーカーのラインが止まったのが大変効いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・空調業界は東日本大震災以降、空調機が不足しており、建物の空調工事が延期や一時中止になるケースが出ている。震災前と震災後では、明らかに受注状況が悪化している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けて、経済状況が全般的に非常に悪くなっている。今まで芽が出てきた相談も減るような状況で、自粛ムードになり、引き合いが減少している。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・同業者も新物件が全く無く、社員が遊んでいる状態である。材料関係はいくらか良くなったが、まだまだ不足している。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に加えて福島第一原子力発電所の事故があり、現地は非常に大変な思いをしているが、そこが生産拠点となる工場が全壊や操業停止で部品等、原材料がこちらに入ってこないため、売上に結び付かない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・当社では自動車部品並びに携帯電話の取扱説明書を運んでいる。東日本大震災により、自動車部品は全く入ってこないため組み立てができず、自動車メーカーが休業がしている。また、携帯電話の工場は津波でやられてしまい、当分仕事が再開する見通しが立たない。大変厳しい状態が続いている。
		輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年4月は期末に対応できなかった物量の分、わずかに他の月より良い傾向があったが、今年は4月に入って全く荷物が動かない。東日本大震災の影響で商品が東北方面に優先的に配給されているため、需要があっても取消扱いが多い。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、年度末の出荷ができない状態となっている。緊急品の出荷はあったが、量的には少ない。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災直後の3月は当面の運転資金の申込が多かったが、4月に入って既存の借入金の条件変更案件が非常に多くなっている。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・当地域にある企業は、東日本大震災による直接的な影響は限定的である。ただ、施設の中には破損した設備を補修するため、対応を迫られている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による自粛に尽きる。今後露見してくる震災の後遺症のほうがより恐ろしいが、事態が事態だけに、泣き言など言えない。被災地から離れた所で共に苦しみ、打開するしかない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、客数が減少している取引先が多い。
		社会保険労務士	取引先の様子	・事業の縮小等で解雇などが増えているように感じる。
		税理士	取引先の様子	・東日本大震災以来、世の中が変わってしまった。景気回復のため消費するようにと言われても、この先の増税を考えるとその気になれない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の予定が大幅に狂い、作業が止まっているため、新規の受注ができない。
		雇用 関連	良くなっている	—
やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）		求人数の動き	・前々から話があった新年度からの新しい事業計画で、注文を23件確実にもらっている。その分の上乗せが相当ポイントを高くしている形であり、今月はそういう新しい動きがある。
変わらない	人材派遣会社（支店長）		求人数の動き	・売上の多寡にかかわるような大きな変化はない。
	人材派遣会社（営業担当）		採用者数の動き	・東日本大震災の影響から、採用を控えている様子が否めない。4月からの期で投資を予定していたと思われる企業もやや抑え目になっている印象がある。
	人材派遣会社（支店長）		それ以外	・月前半は東日本大震災の影響から来る業務繁忙による派遣依頼が急増したが、後半に掛けて依頼数が減ってきている。全体として悪くもなく良くもない状況である。
	求人情報誌製作会社（編集者）		採用者数の動き	・被災学生の就職支援が効力を発揮するには、もう少し時間が掛かる。企業が進める新卒採用は手順を踏んで一定のプロセスが成果に結び付くため、急ぎよ、その工程を変更するのは難しい。とりわけ、関連する予算が増えるわけではない。
	民間職業紹介機関（経営者）		求職者数の動き	・東日本大震災の前までは景気が少しずつ安定してきた、需要も回復してきた。当社のクライアントは国際的なメーカーが多く、そういった意味でだんだん良くなってきた感じだったが、震災後は被災した工場等が大変多く生産ができない状況で、採用についてもしばらく凍結となっている。決まった新しい人についても延期という所も出てきており、なかなか難しい状況である。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）		求人数の動き	・製造業の人たちによると、東日本大震災の影響で部品が来なくて量が少ないため、夏に向けて工場の稼働をどうするかということが大きな問題とのことである。現実には良くはないと言う人が多い。
	求人情報誌製作会社（営業担当）		求人数の動き	・東日本大震災後、求人数が全体的に減少傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、確定していた契約のキャンセルが増えている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・3月11日の東日本大震災により、東北地域の工場は壊滅的な打撃を受け、自動車部品、電子部品の供給が停滞し、生産や輸出が激減している。これにより、事業所の雇用調整助成金の相談件数が3か月前と比較して30%以上増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人を出す事業所が減っている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数をマクロでとらえると若干の減少ではあるが、企業側の採用モードは3か月前と比較すると慎重になっている。すなわち、採用はオープンにしているものの、本気で採用するかは微妙である。東日本大震災復興に向けて様子見の雰囲気がある。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響だけではないと思うが、全く求人票が届かない状況である。学生には合同企業説明会に積極的に参加するよう指示している。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・採用予定が未定だった企業で、採用中止を決定する企業が多く見られている。
		悪くなっている		人材派遣会社（営業担当）
求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子			・当社は新卒採用の求人情報を提供しているが、就職活動時期が早すぎるのもっと遅くとの通達が出て、当社も雇用企業も戸惑っているところへ、この東日本大震災である。被災地もさることながら、首都圏の各企業もとりあえず採用凍結、すべての採用活動をストップし、様子見の態勢に入っている。
職業安定所（職員）	求人数の動き			・東日本大震災の影響により一般、パートともに求人数が減少している。震災後の状況については、かなり厳しい見方をしている企業が多い。

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良く なっている	○	○	○
	やや良く なっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・3月は東日本大震災の発生以降、自粛が大きく影響し、観光客数は20%減少した。4月に入り、徐々に回復しつつある。観光客の様子も明るくなってきている。ただし、財布のひもはやや固い。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前月は東日本大震災の影響で、ぜいたく品は買わないなどの買い控えが見られた。今月に入り、来客数はそれほど変わらないが、購買意欲のある客の来店が多くなっている。会社帰りに平日夕方から靴を買いに来る客が少し増えて、売上は少しだけ増えている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・自家需要で高額品が動くことが増えている。東日本大震災に伴う自粛の影響は特に感じられず、むしろ消費することで貢献しようとする動きもある。
		百貨店（営業企画・販売促進）	お客様の様子	・前月のような自粛ムードは軽減されつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年同月比で2%改善している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・客は特売日、広告を出した日、通常の値引きの日のそれぞれに、意識して買物している。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故が少し落ち着いてきて、景気も少し良くなりつつある。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・引越しに伴い、新居で光回線に乗り換える客が前年よりも増えている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・1、2月と暇な時期が続き、3月には東日本大震災があつて心配していたが、4月の来客数は意外なほど多くなっている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・今月は個人客からの大量注文があり、売上は増えている。ただし、毎日の売上は依然として厳しい状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響はまだあるが、自粛していた人々の間に、少し購買意欲が見られるようになってきている。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	・花粉症治療薬やマスクが良く売れているが、花粉症の時期は終わろうとしている。薬局では、栄養剤や高級化粧品が動かない限り売上は増えないが、そうした商品が飛ぶように売れる状態ではない。その一方で、院外処方箋は好調である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、外食を控える傾向がまだ続いている。飲食店への来客数が増える傾向にないため、酒類の売上は増えていない。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	販売量の動き	・東日本大震災以降、不要不急の買物を避ける傾向が感じられる。入居している百貨店では、目的買いの客が少ない特設売場などで、苦戦が続いている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・朝晩はまだ寒いため、Tシャツなど半袖衣料の動きが悪い。春夏への衣替えの準備をまだしていない状況にある。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・婦人服、婦人雑貨で若干動きが見られたものの、宝飾品などの高額品が不調である。
		スーパー（店長）	それ以外	・東日本大震災以降、商品の供給がまだ安定していない。今後についても、非常に不透明である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は、前年同月比100%前後で推移している。外食せずに家庭内で食事する傾向が進んできていることを背景に、単価の維持、改善が見られる。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・東日本大震災による心理的な落ち込みは一段落した様子であるが、客の低価格志向は依然として変わらない。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・販売数量が多くならないため、売上に貢献できていない。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・東日本大震災に伴う需要で、販売点数は一時的に増えている。しかし単価が上昇しておらず、厳しい状況は続いている。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は、まだ続いている。福島第一原子力発電所の問題が解決しない限り、買い控えが続き購買は進まない。
		コンビニ（企画担当）	単価の動き	・来客数は回復基調にあるが、東日本大震災の影響で商品生産が回復していないため、十分な商品を店頭に出せない状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・1～3月は中古車販売部門が好調であったが、中古車が不足してきたことと、ガソリン価格の高騰も影響してか、4月は伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により車の生産が停滞しているため、少し影響がある。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の発生後は自粛ムードが漂い、外食を控えていたと話す客も多い。しかし、4月25日以降は、「日本を元気に」というコマーシャルの影響か、店は活気付いている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、消費の自粛がはっきりと表れている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・消費を促す広告もあり、消費は少しは回復しているが、東日本大震災の映像をテレビで目にする、まだ消費を抑える動きがみられる。
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・今月からゴルフシーズンに入っているが、今月は来場者数、売上共に、予算目標に対してかなり少ない。前年同月と比べると、売上は少し悪いが、来場者数はほぼ同じである。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・前年はホワイトニング商品の買上があったが、今年は買い控えが見られる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	お客様の様子	・生徒数は、ある程度安定している。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	お客様の様子	・暖かくなってきたため、車いすなど移動用福祉用具のレンタル出荷が増加しているが、前年に比べると解約数が多く、実績はあまり伸びていない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客は、必要品以外は買わなくなってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔高級精肉〕(企画担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、売上は減少している。ただし、もっと減少すると予想していたが、思ったほどには悪化していない。物流の影響はあったものの、当社の商品の生産拠点は三重県にあるため直接の被害はなく、佃煮、カレー、どら焼き等の菓子類の売上が前年以上に伸びて、不振の惣菜をある程度補っている。ただし、先行き不安はぬぐいきれず、景況感は悪い。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で休業する企業が多く、来客数は減少している。
		一般小売店〔土産〕(経営者)	販売量の動き	・土産の餅の売上が減少してきている。
		一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、冠婚葬祭を自粛したり、付き合いが華美にならないようにしたりする雰囲気が見られる。例えば結婚式を延期したり、贈り物を控え目にしたりにして、消費を抑えているため、売上は減少している。
		一般小売店〔食品〕(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響は身の回りの多くの業種に及んでおり、また復旧にも予想以上に時間が掛かることが分かってきて、原材料、商品の調達に本当に困っている。また、特に高額商品、ブランド品が、売れなくなっている。客は、雰囲氣的に手が出せない様子である。
		一般小売店〔自然食品〕(経営者)	お客様の様子	・客は、必需品以外は購入しようとしめない。東日本大震災発生後に見られた水などの買いだめも、福島第一原子力発電所からは距離があるため一時的に終わり、人々は風評に振り回されている。その一方で、自動車産業の減産による影響がよく聞かれる。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・東日本大震災以降、消費意欲は低迷しており、買上客数は前年同月比5%ほど減少している。衣料品の動きは、例年よりも気温上昇が遅いこともあり、悪くない。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・野菜や食品雑貨など、東日本大震災の影響で入荷できない商材が多い商品群の不振が続いている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客は消費に対して消極的である。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、節約する雰囲気が広がり、買上単価、買上点数は少なくなっている。買得商品しか売れていない。また、各店では割引券を発行して来客数の増加を図っているが、売上は増えていない。特に夜間の来客数が少なくなっている。
		スーパー(店員)	販売量の動き	・東日本大震災後は、単価が高い保存食品の特需があった。その買いだめの反動により、現在の販売量は減少している。
		スーパー(総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、加工食品を中心に欠品が多い。ただし、売上の減少は、それだけが原因ではなさそうである。
		スーパー(営業企画)	販売量の動き	・東日本大震災以降、一部商品の単価が上昇している。そのため、無駄な物を買わないようにということで、買上点数の減少が見られる。
		コンビニ(エリア担当)	それ以外	・3月の特需は収束している。今月は東日本大震災に伴うたばこの供給不足やビール類の減産等により、売上は前年を下回っている。
		コンビニ(店長)	販売量の動き	・今月前半は例年のような花見の需要がなく、後半は気温が低めのためか、ビール類の売上が前年を大きく下回っている。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・当店は繁華街にあるため、夜間の客が比較的多い店舗であるが、東日本大震災に伴う自粛のためか、最近では夜間の客が減っている。この影響は長く続くと感じている。
		コンビニ(店長)	単価の動き	・単価、販売量、来客数共に、思ったほど伸びていない。天候が安定しないことも、その一因である。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・商品供給に関してはほぼ通常に戻っているが、客の側で資金面に余裕がなく、なかなか購入してくれない。
		家電量販店(店員)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で部品が入荷しないため、周辺では工事や生産が止まっており、休業が増えて給料も削減されている。このままでは食べていけないといった声も出ている。そのため、単価を下げて販売している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・家電エコポイント制度の終了後、来客数はますます減少してきており、平均単価も低下傾向にある。
		乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・東日本大震災以降、自動車販売業界の景気は今まで以上に悪化している。客に金銭的な余裕はあると思うが、気持ちの面や今後の不安という面で、商談を長引かせる事例が非常に多くなっている。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、工事の中止、材料が入荷しないことによる延期、工事代金の未回収が発生している。今後も不安定な要素が多く、様子見が多い。また、前年までは上向きであった企業の設備投資も、資材の価格高騰や未納入の心配があるため、様子見となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災に伴う自粛ムードに加えて、ゴールデンウィークを控え、人の動きは悪くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前も悪いと思っていたが、東日本大震災以降は夜の繁華街の人出が大幅に減り、一段と大変な状態にある。居酒屋等も、人出が少ないため非常に厳しい。
		タクシー運転手	お客様の様子	・花見や新入社員の歓送迎会が少なく、自粛は続いている。また、これまでは景気にあまり左右されなかった高齢者でも、買物に出掛ける人はかなり減っている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、同業他社では飛び込み営業を自粛している様子であり、解約数は減少している。しかし、客の節約志向が強くなっている。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で工事等が大幅に遅れており、販売計画は進んでいない。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・今月も、来客数は減っている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客からは、東日本大震災の影響で物資が入荷しなくなったり、イベントが中止になったりといった仕事がかうまくいかない話題が多く、良い話題はあまり聞かれない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客はお金をあまり使わなくなっている。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・取引先等の訪問客は、ロ々に仕事がないと話しており、景気の良い話は聞かれない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で建築資材の不足が見られたが、今はかなり落ち着いてきている。しかし、不足状況は続いている。震災による影響か、契約を控える傾向も見られる。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	お客様の様子	・管理しているマンションの客の中には、仕事量が減り、ローンが払えなくなるため、売却を検討しているという人が出てきている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・メーカーからの商品の入荷が減っている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災後、商品の受注や問い合わせの電話が、皆無に近い状態となっている。それでも今月はやや持ち直してはいるものの、3か月前と比較すれば激減である。
		商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響は甚大である。震災後、主要駅での売上は前年同月比20%減、空港での売上は27%減少している。商店街でも、4月中旬まで来客数が減り、低迷が続いている。その一方で、各原材料の価格が高騰している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災による影響か、消費意欲はぱったり止まっている。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・50代以上の女性の来客数が、目に見えて減少している。天候、気温の影響ではなく、明らかに東日本大震災の影響で、客の来店傾向や購買商品が変化している。世の中の空気に敏感に反応しており、外出やファッションを控える人が想像以上に多い。今年に入ってからの上昇傾向が、震災以降は一変している。来客数は少しずつ増えてはいるものの、一年で最も多い来客数がある季節とは思えない状況が続いている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・取引先の八百屋では、客が来ない、全く売れないという状況が続いており、憂慮している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	来客数の動き	・最近は、日曜日の特売への客の集中度が高まっている。地元では自動車関連企業に勤める客が多いが、東日本大震災の影響により、残業がなくなったり、ゴールデンウィークの休みが予定よりも更に増えたりしている。期間工は6月まで全く仕事がないと聞いている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、景気は厳しい状況にあるが、思ったよりは踏ん張っている。ただし、東北の工場が被災して商品が入って来なかったりということがあるため、厳しい状態には変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・売上をけん引してきたたばこが、東日本大震災の影響で納品されず、売上は急減している。来客数も減っている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少していることに加えて、客単価の低さが非常に影響している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は戻りつつある。ただし、例年よりも寒いため、季節を先取りする商品が売れていない。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の発生以降、生産がストップしており、現在も稼働率50%が続いている。3月初めに受けた注文の生産が、まだ予定も決まらない状況にあり、契約のキャンセルも発生している。非常に販売しづらい状況である。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・在庫が少なくなりメーカーの生産も遅れがちなので、販売量は景気判断の参考にならないが、来客数が明らかに減っているため、景気は悪くなっている。例年4月の販売量は少ないが、今月は前年同月比8割ほどであり、商談件数も減ってきている。工場への入庫も減っており、車をどこかにぶつけても、乗れるならそのまま乗るなど、余分な金は使わないという雰囲気を感じられる。また、新車の納期が延期され、予定通り納車ができない客からのキャンセルや、損害賠償を求める客もあり、対応に苦慮している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後に自動車生産が停止したことに伴う商品不足や、消費の自粛により、来客数が少なくなっている。新車がないため広告も出せないため、店舗の雰囲気は沈んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の直後から、販売台数は大幅に減少している。今月は、例年になく厳しい販売台数になっている。自動車の生産も停止しているため、売上の見通しが立たない状況である。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、車両の供給不足になっている。そのため、4月の販売台数としては過去最低になっている。客の動きも鈍く感じられる。
		その他専門店【貴金属】（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数は激減している。来店した客の消費意欲も低下しており、景気は最悪である。
		その他専門店【雑貨】（店員）	来客数の動き	・来客数が減っており、買上率も悪化している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は東日本大震災の直後に激減したが、徐々に回復してきている。しかし、まだ以前の水準には達していない。阪神・淡路大震災の時と比べても、回復のテンポは遅い。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・不景気になる一方であり、明るい見通しが無い。近所の同業者が立て続けに落命しており、お先真っ暗である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・とにかく来客数が少ない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、自粛ムードが漂っている。夏を過ぎるまでは、あまり良い景況感は見込めない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、自粛ムードが高まっている。花見や歓迎会等にも影響が出ており、繁華街の人出は今まで経験したことがないほどすっかり減っている。例年4月は忙しい月であるが、今月の売上は前年同月の3割ほどに落ち込んでいる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・人出が少なく、来客数も減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・4月のホテルの予約数は、35%減少している。東日本大震災に伴うキャンセルが大半であると思われる。特に東京方面からのキャンセルが多く、計画停電もあり旅行どころではないという気持ちが影響したと思われる。また、当ホテルは計画停電の対象地域ではないにもかかわらず、そのように思い込んでキャンセルした動きもある様子である。
		観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・宿泊宴会と日帰宴会を併せたものが、前年の三割強も落ち込んでいるが、それよりも前々年比で一割以上も落ちている事が、いかに厳しいかを物語っている。幸いにも、個人の利用がそこまで落ちていないのが救いではある。
		都市型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災や計画停電の影響により、製造業を中心に自粛ムードが高まってきている。今後も不透明である。
		旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、旅行する気になれない、世間体が気になると話す客がほとんどで、予約の大多数がキャンセル又は延期となっている。現状では、良くなる兆しは見えていない。
		旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・東日本大震災の発生以降、自動車産業の生産停止に伴う従業員の賃金の減少、自動車関連企業による購買の減少、不要不急の出張の取り止めによる飛行機の減便など、景気悪化の要因は増加する一方である。
		旅行代理店(従 業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響はまだ非常に大きく、旅行や観光の出控えもかなり出ている。先行きも非常に不安であり、困っている。
		旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響により、旅行の自粛が続いている。ゴールデンウィークの旅行客は、前年に比べて約3割減少している。ホテルには今でも空室があり、予約が取れる状況である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の繁華街の人出が極端に少ない状態は、今年に入ってからずっと続いている。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・春の行楽シーズンが始まっているが、来場者数の動きは鈍い。ゴールデンウィークが終わってみないと正確には判断できないが、現状では悪い状況にある。
		パチンコ店(経 営者)	販売量の動き	・来客数の動きが非常に悪い。
		理容室(経営 者)	お客様の様子	・相変わらず、景気の悪い話は聞かれない。客の来店間隔も長くなっている。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、全般的に買い控えられている様子であり、広告を出しても反応は非常に小さい。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災後に建築部材の入荷が一時的に遅れたこともあり、部材価格の高騰が風評されてしまい、客の建築意欲は一層薄れてしまっている。
企業 動向 関連	良くな っている	—	—	—
	やや良 くなっ ている	窯業・土石製品 製造業(社員)	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、東北地方の会社が生産できない製品の注文が取引先の数社に舞い込んでおり、ゴールデンウィーク返上で対応している。
		輸送用機械器具 製造業(品質管 理担当)	取引先の様子	・東日本大震災の影響で止まっていた生産ラインが再開したため、仕事量は増えてきている。
		輸送業(エア 担当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で経済の一部に停滞が見られる一方で、復興も始まっており、荷物は動き始めている。受注量及び荷物の輸送量は落ち込んでいない。震災の影響を差し引いても、荷物量は上向きになっている。
		行政書士	受注量や販売量 の動き	・主要な顧問先の運送業界では、出荷量が増えてきている。
	変わら ない	化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で、関連製品の売上が増えている。その一方で、国内から海外へと生産拠点を移した得意先もある。
		化学工業(企画 担当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響により、海外客からの在庫に関する引き合いが一時的に増加している。
金属製品製造業 (従業員)		取引先の様子	・東日本大震災の影響により、建築業界では復興需要を期待する意見よりも、物資の不足や価格高騰を心配する意見のほうが多い。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車業界からの引き合い量や受注量は、北米市場、アジア市場共に大きな変化はないが、円高のため利益を圧迫している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により、仕事がキャンセルされている。その一方で新製品が売れ始めているため、全体の売上は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・非常に厳しい状況は変わらないが、受注量はほぼ横ばいか若干の増加が続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の販売物件の売行きは順調である。ただし、今後東日本大震災の影響がどの程度出てくるか、不透明な状況にある。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・今月は入札物件が1件あったが、落札価格は例年の3分の1程度になっている。
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年同月の売上の3か月前比は30.4%増であったのに対し、今月の同比は16.5%減であり、46.9%のマイナスとなっている。ただし、これは前々年の落ち込みが特に大きかったためであり、実態としてはあまり変わらない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響もあり、取引先の受注量は厳しい状況が続いている。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、紙、インク等の物資の不足が徐々に出てきている。企業側もそれを承知しており、広告を自粛し始めている。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、部品が入荷しない状況にあった会社でも、今は平常に戻っている。ただし、自動車関連では、仕事がなくなっている。建設会社では、住宅資金の贈与の優遇策の効果か、注文が出てきている。全体としては、変わらないという印象である。
		やや悪くなっている		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）
出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響のためか、取引先の飲食店の業績は、歓送迎会時期にもかかわらず、悪くなっている。そのため、広告量は控えられている。
電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響で、部品の在庫が逼迫している。また、大震災があったにもかかわらず、円高傾向が思ったほど改善されていない。
電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響は、現時点では小さいが、在庫がなくなる5月以降は大きくなる見込みである。
輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災以降、製造業の物量が減少している。また、消費財の荷物も低価格な生活必需品が多く、受注単価は伸びていない。
輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き			・発送量は前年同月比で若干プラスであるが、東日本大震災関連の救援物資が増えているためであり、通常の荷物は減っている。また、救援物資を発送する客も急減し始めており、荷物量は徐々に減ってきている。
金融業（従業員）	取引先の様子			・東日本大震災の影響で、自動車関連の生産が停止していることもあり、下請企業でも稼働日数が減っている。週休3～4日という人もかなり多い。
金融業（企画担当）	取引先の様子			・東日本大震災の影響により、企業の投資意欲は低下している。企業も個人も慎重になっていることから、様子見する企業、個人が散見される。
金融業（法人営業担当）	取引先の様子			・東日本大震災の影響により、部品供給網が寸断されている。そのため、自動車生産は大幅に減少している。部品メーカーでも、受注量の減少に伴う、後ろ向きな運転資金の需要が増加している。観光業では、外国人、国内客共に来客数が大幅に減少している。
不動産業（管理担当）	取引先の様子			・東日本大震災の影響により、取引先では経費を圧縮する動きが見られる。経費の削減が、今後家賃相場に影響することが心配される。
新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・チラシ広告量は、全体的に減少している。		
会計事務所（職員）	取引先の様子	・東三河地域には自動車関係の部品製造業者が多いが、どの企業にも東日本大震災に伴う生産中止の影響が出ている。また、震災後、建築関係の業者では、材料供給の関係で工事が極端に減っており、仕事は手持ちの工事だけとなっている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	取引先の様子	・当社ではまずまずの仕事を確保しているものの、取引先の状況はあまり良くない。全体的には非常に厳しい環境にあり、この状況が今後3か月間続けば、大変なことになる。
	悪く なっている	紙加工品 [段ボール] 製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、取引先では材料の調達が難しくなり、生産量が減少している。そのため、それらの客からの段ボールの注文が減少している。
		化学工業 (人事担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で、消費意欲は冷え切っている。また、東北地方で様々な業界の工場が倒壊し、今後の生産計画にも非常に大きな影響が出ている。当社にも計画中止の影響が出ている。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・売上は、6.1%減少している。
		鉄鋼業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で材料がなくなるとの風評があったことと、仮設住宅の需要により、3月の受注量は増えたものの、今月に入り受注量は震災前と比べて3～4割減少している。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・引き合い件数は大きく減少している。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・期初のため新規案件は出ているものの、東日本大震災の影響、家電エコポイント制度の終了、円高等々の要因により、景気は悪化している。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響が、あちらこちらに見られる。当社でも、製造のための部品確保が不安定になっている。
		輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	受注量や販売量の動き	・完成車メーカーからの注文量は、最近になってもまだ以前の5割ほどであり、景気は悪い。
		輸送業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響に加えて、原油高による影響も非常に大きい。
		通信会社 (法人営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、すべてにおいて消極的になっている。家計も企業もマインドは冷えている。
		不動産業 (経営者)	取引先の様子	・東日本大震災以降、契約がまとまらないケースが多くなっている。様子見の状況になっている。
		経営コンサルタント	競争相手の様子	・東日本大震災の影響で、建築資材が不足してきている。アパート等を建築するにも資材が足りず、建築着工が止まることもある。また、当地域の不動産取引でも防災の観点がかなり敏感に意識され始めており、沿岸部を中心に取引は停滞している。さらに、自動車製造関連の事業所が操業を停止していることもあり、夏のボーナスは非常に少なくなると見込まれるため、住宅物件が売れにくくなっているとの話も聞く。
		公認会計士	それ以外	・顧問先企業の月次損益が悪化している。地元では、倒産も相次いで発生している。
		その他サービス業 [ソフト開発] (社員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、工場の稼働が落ち込んでいる。IT投資をする余裕も失われている。
	その他サービス業 [広告印刷] (従業員)	受注量や販売量の動き	・ただでさえ受注量が減少しているところに、東日本大震災の影響をかなり受けている。	
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	人材派遣会社 (経営企画)	周辺企業の様子	・取引先企業の研究開発需要は全体的に増加傾向にあり、技術者派遣の需要も増えている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は2か月連続で増加しており、求職者数も減少している。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・求人はある程度出てきているが、短日数の求人であったり、単価が以前と比べて2割程度低かったりという状況が、まだ続いている。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告量は、東日本大震災後の落ち込みからまだ回復していない。
民間職業紹介機関 (営業担当)		周辺企業の様子	・期が変わる3～4月は、例年ならば契約満了に伴い落ち込むが、今期は想定よりも減少が少なく、まずまずのスタートを切れている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや悪くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は、前月と比べると少しずつ増えてきている。しかし、3か月前と比べると、求人数は減っている。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響により、製造業では部品供給に支障が出ており、一部の生産活動にも影響が出ている。それに伴い、企業の売上も影響を受けており、雇用にも影響がある。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で、自動車関連などの工場では休業等が増加するなど、影響は拡大している。また、例年ならば3月末の契約切替に伴い4月の人材派遣の受注は増加するが、今月は前年同月比70%となっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・今年に入り採用者数は順調に増えてきていたが、東日本大震災後は、特に4月に入り減少傾向にある。自動車関連、建設・不動産関連が特に影響を受けており、厳しくなっている。今後もこの状況が急速に改善されることはなく、景気はやや悪くなっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整助成金等を申請する企業が増加している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・落ち着きつつあった新規求職者が、大幅に増加している。契約期間の満了や事業主都合の離職理由が増えている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、雇用調整助成金の相談が増加している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響により、求人数は減少している。周辺でも、休業している自動車関連企業がある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災以降、仕方なく休業を検討する事業所からの相談が増加している。今後は、求人数の減少も予想される。
		民間職業紹介機関（支社長）	周辺企業の様子	・自動車関連企業を始めとして、メーカー各社では部品や原材料の調達が困難を極めている。今後の見通しも不透明である。
悪くなっている		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車関連など東日本大震災の影響を受けている製造業者に派遣した人材は、現在、自宅待機などの休業状態に入っているケースが多い。また、建設業では資材の仕入れができていない。先行きも非常に不透明な状況にある。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	－	－	－
	やや良くなっている	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災により、たばこ、飲料、ビールなどが極端に品薄となっているものの、売上の前年同月比は、依然として110%と好調である。特に、たばこは品薄感が消費者の心理をかきたてているのか、すべての銘柄が売上を伸ばしている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・全般的に春先にしては気温が低く、まだコートを着ている人が多い月であった。東日本大震災の影響による買い控えは一段落して人通りは以前と変わらない。ゴールデンウィークに向けて気温が上昇しないと消費に結びつかない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響によりイベント自粛などで景品需要が少なくなっているが、一方で震災地に向けた特需もある。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・全社的に見れば売上目標数値に到達した。年度末需要の残りが受注につながったと見ており、基本的には例年どおりである。
		スーパー（店長）	それ以外	・東日本大震災の影響により、発生当初は特需のみであったが、今月中旬より、衣料品を中心に婦人服、インナー、靴などの需要が大きく伸長し始め、先が読めなくなっている。
		衣料品専門店（総括）	販売量の動き	・東日本大震災後、必要でない無駄なものは買わないといった消費自粛ムードが高く、単価は落ちないものの数量の低下が目立っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・家電エコポイント制度終了に伴う落ち込みを予想したが、テレビ、エアコン、冷蔵庫全ての売上が前年同月を上回った。単価の下落はあるが数量が大きく伸びた。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・目立った動きが見られない。省エネ志向も強くなっているが、買換えより買い控えが強くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・春タイヤ需要により、月初から集客は例年以上の伸びを示し、履き替え作業やこれに伴う部品交換作業で混雑したが、月末にかけては例年並みの状況となった。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	単価の動き	・客が購入する1品単価の上昇が見られないものの、販売数量と販売価格に関しては大きな変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・4月に入り回復傾向にある。能登方面では、停止中及び定期検査中である志賀原子力発電所の工事関係者も含め、県外ナンバーの車やふだん見られない人達が増えている。一方、駅は観光客が減っている。ガソリンの値上げで遠出はしない。関東方面への出張も減っていると聞いている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前年同月よりも売上はやや良かった。しかし、統一地方選挙や東日本大震災の影響か、経営者層の来店が少なく、リタイアされた年配客の来店が目立った。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・アナログ契約からデジタル契約への移行も山場を越え、今後は通常の営業活動を展開することになるが、現時点ではテレビ契約・インターネット契約の獲得件数に大きな変化は無い。
		その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・利用者数は3か月前と比較して大きな変化はない。ただ、東日本大震災の被災者の利用問い合わせが少数ではあるが入ってきており、対応を検討した。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降も客数に大きな変動は見られない。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・見込み客の情報が激減した上に、値引き要請が厳しい。契約単価も低くなり数量でカバーしても収益面の悪化が懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年同様の販売量があり特別な変化はなかった。東日本大震災の影響で自粛ムードがあるが販売に影響が出るほどではない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の終息が見られないこともあって、衣料品に対する購買意欲が戻っていない。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・気温も落ち着き、東日本大震災の影響も徐々に解消されつつある。しかし、生産体制が依然不透明であり、商品供給が客の要望に完全に答えられない状況にある。また、買い控えが続いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・生活防衛行動は高まっている。不要不急のものは一切買わないとする購買行動や購入するにしても十分吟味の上、次回の来店の際に購入するなど時間がかかっている。将来不安がなくならない限り、このような行動は続くであろう。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・1人当たりの販売額、買上点数が減少している。東日本大震災以降、若年層の購買マインドは回復傾向にあるが、年配層では、通常ならば10点購入するのに対し2点にとどめておくといった買物に対するわくわく感が盛り上がり切らない客が多い。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・3～4月の累計の来客数をみると、前年同期の96%にしかならず、客の動きはまだまだ停滞している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災以降、前月は当地においても防災用品や非常食などの買いだめが発生し、売上が増加したが、今月に入り買いだめ分の需要がなくなった。また、地元の春の祭の自粛が多く、多くの地区で見られ、町内会や家庭からの食材など関連商品の注文が減少している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客が必要とする以上の容量の商品や嗜好品の売行きがやや下降気味である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により商品入荷がままならず、特売品目も減少し買上点数が下がり気味である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で節約傾向が見られる。また、たばこの入荷が少ないため、1人当たりの購買金額が低下している。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・国産たばこの出荷制限によりたばこの在庫が壊滅状態である。これによる客離れが激しい。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月は東日本大震災の影響で消費は縮小傾向にあったが、今月は戻ってきた。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・どちらかというと不要不急の衣料品を積極的に購入しようという雰囲気はない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で遅れていた仕入はほぼ正常に戻ったものの、マンネリ化しているのでもいまだ驚かないが、荷動きはすこぶる悪い。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の終了や、東日本大震災の影響による商品供給が不安定なこともあり、販売量としては減っている状況である。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の打ち切りにより、前年9月以降大変厳しい状況であったが、年度末を迎え若干回復基調に移りつつあった。しかし、未曾有の東日本大震災に遭遇し計り知れない影響が出ているものと推測している。自動車販売では完成車が在庫しないので手の打ちようがない。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・間際になって個人客の予約は入るようになったが、間際まで空室があったために宿泊単価は下落している。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響を受け、省エネ・節約志向が強くなっている。家計に占める通信費などについても例外なく節約傾向がうかがえる。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・情報通信機器の販売台数が一部機種を除き、伸び悩んでいることから、景気が若干後退している感がある。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響からか、展示会の来場者数が例年と比べ少ない。
悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・例年に比べ寒い日が続いたことや、日中、東日本大震災関連のテレビ番組が連日放送されていたこともあり、特に、年配の客は自宅から出る機会がめっきり減っている。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災発生前から外食産業は良くなかったが、震災で駄目押しされた感がある。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	お客様の様子	・客は本当に必要なものしか買わず、趣味、娯楽といったものの購買をかなり控えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・店全体で、ポイントカード増強キャンペーンを実施し、はがきDMの郵送やカラー広告の新聞折込も実施した。来客数は増加傾向にあるが、婦人服ではセット買いの客が少なく、単品買いの客が多かった。また、4、5月に予定のある目的買いの客が多く、予定のない自家需要の客は少ない。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛が続き、衣料品や行楽用品など行楽関係の商品の売行きが悪い。食品は自粛の影響を受けておらず、前年並みの売上で推移している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響からか店舗周辺にある宿泊施設利用者が極端に減少しているようである。出張客が激減し、これに伴い売上が低下している。また、自粛ムードのなか、週末においてもイベントなどが中止されており、買物利用が減少している。さらに、たばこの入荷がないため、客単価が低下し全体的な売上也芳しくない。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・「軽・短・小」と控えめな消費傾向は相変わらず変化がない。メーカーもこの傾向に合わせる商品企画や販売支援策で需要の掘り起こしに懸命に取り組んでいる。さらに販売店は引き合いを受注するため、種々の販売経費を注ぎ込んでいる。結果として単価は低下しているが、現状はやらざるをえない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車の人荷が無く、売上げが大きく減少した。新車ディーラーではあるが中古車の販売を主として営業をかけ、客の情報を収集しているが、購入に関して慎重な客が多い。
		乗用車販売店 (経理担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、自動車の生産は前月に引き続き回復せず、車の販売量は前年同月の40%を下回っている。
		住関連専門店 (店長)	来客数の動き	・東日本大震災後、来客数が減少している。資材供給不足で家屋の完成が遅れていることもあるが、購買意欲が欠けている様子が見られる。
		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災後は、キャンセルと自粛により接待や会合は前年同月比25%の落ち込みが続いている。外国人の利用も台湾や韓国からの客は若干戻っているが、欧米からはゼロに近い状態である。
		観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・総売上は前年同月比71%、宿泊人員は同67%、宿泊単価は同106%と東日本大震災、福島第一原子力発電所問題でキャンセルが発生し、前年同月に対し大幅減少となった。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災以降、宴会の自粛、海外客の激減など売上は前年同月比20%減と大幅に低下した。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災後、キャンセルが続出し売上は前年同月比55%の減少となった。団体旅行も見合わせするところが多く全滅状態にある。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災の影響は大きい。すっかり自粛ムードが定着し、いまだに需要が冷え込んだままの状態である。震災復興需要に期待したが今のところ思うようにビジネスにつながっていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災から1か月間は自粛ムードが強かったが、後半になって薄らいできた。月間では、大震災の影響で売上が激減している。観光客数は大幅に減少し、官公庁も歓送迎会を中止するなどしていた。
		タクシー運転手	販売量の動き	・花見シーズンであったが、これに伴って飲食店に入る客が少なかった。前月よりは改善が見られるものの、売上は依然として前年同月比20%近く下回っている。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・人気商材の在庫不足により予約はあるものの販売することができない。また、東日本大震災の影響により、携帯端末の入荷数が少なくなってきており、全体的に客が希望する端末が用意できていない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、風評被害によるキャンセルや自粛ムードの蔓延などで、前年同月比で30%以上の客の減少となっている。特に海外からの客は、通常であれば桜の時期でにぎわうが、今年は福島第一原子力発電所の風評被害によりほぼゼロとなっている。個人客の動きはやや回復傾向にある。
企業 動向 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で国内市場の受注が一時的に止まっていたが、今月に入り戻っている。ただ、海外向けは外国為替市場が予想に反して円高になり、苦しい状況にある。
	変わらない	食料品製造業 (企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・販売単価、販売数量、商品構成ともに大きく変化は見られない状況が続いている。
		繊維工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、受注面で勢いが低下している。特に自動車関連では生産調整を余儀なくされており、実質受注減となっている。
		化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいで推移している。
		プラスチック製品製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・物が動きだした感はあるが、東日本大震災特需も不透明である。全体的な物量としては上昇が見られない。
	新聞販売店 [広告] (従業員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で前半は自粛ムードであったが、後半になり広告出稿量が増えてきた。前月に抑えていたものが今月に回ったようである。	
やや悪く なっている	一般機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により受注が減少している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で従来品は生産量が落ち込んでいる。取引先は非常に慎重になっている。
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の全体的な受注量も、2～3月はそれなりの量を抱えていたようだが、ここへきて東日本大震災の影響がどれくらいかはわからないものの、減りつつあるようだ。
		税理士（所長）	取引先の様子	・前月までは順調であったが、東日本大震災の影響により、生産面では部品の滞りや設備計画の延期など、販売面では自粛ムードなどにより、関与先では軒並み前年比減収傾向が顕著になってきた。
	悪くなっている	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災による自動車業界の減産、百貨店の売上低迷による影響が大きい。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・先代からの取引先である協力会社が自己破産した。今年に入り2社目であるが、いずれも取引先の建設会社の経営不振のあおりを受けたものであり、建設業界の経営環境がますます厳しくなっていることを表している。
		建設業（総務担当）	それ以外	・受注価格競争は依然としてし烈である。採算を確保しての見積、入札価格では、ほとんど受注が見込めない状況で異常な価格競争が続いている。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・東日本大震災により、電子部品などの供給が悪くなり、それに伴い家電・自動車関連を始めとして、ものの流通がますます悪くなっている。また、電力のコスト高により燃料費が高騰していくと思われる。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受け、取引先の受注量、販売量に停滞感が見られる。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・当地においても東日本大震災の影響、特に、風評被害がじわじわ迫っている。自動車販売、観光業など幅広くマイナスの影響が広がっている。
		司法書士	取引先の様子	・外食産業、自動車販売業などで支払い猶予、弁済計画変更の申し入れが多い。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・他の状況を見ると一時的なものと思われるものの、求人広告の現状は前年同月比150%と5割増加している。常用雇用、パートともに増加している。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・年度替りでの派遣の需要も一段落した。一般企業からの派遣申出件数も減少気味である。産前産後休業・育児休業関係での需要が発生しているだけであり、まだまだ見通しは暗い。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は少しずつ回復傾向にあるが、採用に慎重な会社も多く、全体としては特別な動きは見られない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と求人数がほとんど変わらない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は、前月比16.0%の増加、前年同月比7.4%の減少となった。
	やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数の減少幅は大きく、また雇用保険受給者数も減少傾向にある。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・東日本大震災以後、企業は採用について慎重であり、どうしても不足の場合にのみアルバイト雇用や短期派遣で調整している。派遣依頼、紹介依頼が少ない。
	悪くなっている	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・今年度の求人数が前年度より20%程度減少しており、一部企業では採用選考の日程を遅らせるなど東日本大震災の影響が見られる。
	悪くなっている	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災で一度は厳しい状況となっていたが、その後は若干持ち直し、来客数や販売量も増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（広告担当）	単価の動き	・前月と今月は東日本大震災の影響が大きく、正常な状態とはいえない。都市部、郊外の店舗共に、景気とは別の要因での動きがみられるものの、売上だけをみると上向いている。
		パチンコ店（店員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で減っていた来客数も、少しずつではあるが増えつつある。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・最近停滞していた新規の問い合わせが、若干増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災による影響については、商店街では世間でいわれているような落ち込みはみられない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・遅い時間帯の買物が減ったため、売上が伸びない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で今月前半は落ち込みが激しかったものの、中旬以降はかなり回復している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降は来客数が減少するなど、厳しい状況が続いている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月前半は東日本大震災の影響で買い控えが目立つなど苦戦したが、中盤以降は買い控えの反動などもあり、好調に推移している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・4月は来客数のほか、店内の滞留客数、売上共に前年並みにまで回復し、特に近隣に大型商業施設が開業してからは、来客数も前年比で10%増となっている。客の間にも消費の自粛ムードはなくなりつつある。
		百貨店（企画担当）	単価の動き	・来客数や購入客数は、前年の水準を上回ることが増えているが、客単価は下がっているため、売上が伸びない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災から1か月が経過したが、依然として買い控えが続く、売上が低迷している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月初旬は富裕客の間でも自粛ムードが多少あったが、20日以降は前年以上に宝飾品や高級婦人服、紳士服の買上が増えている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災関連の需要は落ち着きつつあるが、電池や懐中電灯、水などはまだ品薄状態であるほか、気温が低い影響で衣料品の動きが悪く、必要な物しか買わない傾向も強まっている。他社との競合が依然として激しいなか、客の節約傾向も顕著となっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上は前年比で97%と予想どおりの推移となっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の買いだめの反動や天候不順により、売上がやや低迷している。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・前月は東日本大震災の影響で、備蓄用商品の買いだめによる特需が生まれたが、それも落ち着いてきている。一方、不要不急の商品では、買い控えが若干続いているほか、加工食品を中心に、メーカーの被災や包材・原料の不足で調達に支障も出ている。それに伴い、十分な販売促進活動を行えないといったマイナスの影響が出ている。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客は広告商品の卵や日用品は朝から走って並んででも買う一方、目的の商品だけを買って回り、そのまま会計をして帰る動きがみられる。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・大きく報じられたため買いの動きもほとんどなく、販売量は厳しい水準が続いている。
		スーパー（社員）	販売量の動き	・店頭価格は前年後半から上昇傾向が続いているが、東日本大震災の影響で更に上昇している。商品価格の上昇は売上の増加につながるものの、品ぞろえが不安定であるため、販売量が思うように伸びない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・日本製のたばこの大部分が品切れとなっており、関連商品の売上は前年比で25%減少しているが、外国製を代替販売することで売上全体は10%減にとどまっている。
		乗用車販売店（営業企画）	それ以外	・例年どおり来客数は減少しているが、東日本大震災の影響で中古車が不足している。需要と供給のバランスが崩れているため、流通価格に影響が出ており、車種によってはかなり価格が上がっている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災で被害を受けた工場での生産が停滞していたが、徐々に復旧しつつある。それに伴って欠品商品も解消しているため、来客数が前月よりも6%増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年並みで推移している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・個人客による利用は増加しているが、大口の宴会が自粛されているほか、結婚式の日時を変更する客もみられるなど、東日本大震災による影響が続いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もほとんどなく、従来と同じく比較的好調な状態が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年は花見や宴会などが増える時期であるが、東日本大震災以後は自粛ムードもあって減少している。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・年度末の販促で需要が先食いされており、今月の売行きは良くない。スマートフォンの新機種が相次いで投入され、客の興味を引いているが、購入には慎重さがみられる。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・アミューズメント施設向けのゲーム機器に動きがみられる。
		美容室（店長）	来客数の動き	・今月は思ったほど悪くなかったが、来客数は前年比で1～2割減少している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンションの販売状況については、東日本大震災の直後はホームページへのアクセスやモデルルームへの来訪が激減したが、その後は徐々に回復しつつある。
	やや悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末は商品が最もよく動く時期であるが、今年は前年を大きく下回った。東日本大震災の影響で多少は商品の流通が悪くなっているものの、販売量の不調はそれだけが原因ではない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災による消費マインドの低下のほか、朝は晴れていたのに昼から急に雨が降るなどの天候要因もあり、来客数が激減している。修理の売上は伸びたものの、この時期にみられる入学や就職祝いの買物は全くみられない。依然として、自分だけ良い思いはできないという客も多い。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・増加傾向にあった中国からの観光客が原子力発電所の問題で極端に減少し、売上にも影響が出ている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・突発的な大口の注文が完了し、手持ちの注文が減っている。
		一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・消費者の買い控えが目立っており、家庭用の花が売れない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の後は取引先の飲食関係が落ち込んでおり、当店も影響を受けている。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・従来から売上が低迷しているのに加え、禁煙の動きが強まっているほか、東日本大震災による買い控えもあり、今月は更に売上減となっている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・東日本大震災以降は客の動きが悪く、販売面に悪い影響が出ている。特に、買い控えや低価格志向がみられるなど、客の動きが鈍化している。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・他社との競争が激化しているほか、中国などからの観光客の激減により、来客数の減少幅が大きくなっている。
		百貨店（販促担当）	お客様の様子	・前月よりも消費の自粛ムードは落ち着いてきたが、販促を行っても商品を慎重に吟味する姿が目立つなど、購買意欲が高まってきた感はない。特に最近では、商品の機能性に加え、長く使うことを意識した標準タイプが選ばれる傾向もみられる。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・月末に近隣で大型ショッピングモールがオープンするため、月後半から客の流れが変化しており、前年並みの来客数や売上の確保が課題となっている。様々な集客策を講じているが、大規模な集客にはつながっていない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月の売上は前年比で2けた増となっているが、前月の東日本大震災による減少分をカバーするまでには至らない。3か月前は少なくとも前年実績を上回っていたことを考えると、まだ状況としては悪い。
		百貨店（外商担当）	お客様の様子	・食品や雑貨関連の売行きは東日本大震災前の水準に戻ってきているものの、美術品や宝飾品といった高額商品の動きが極端に落ち込んでいる。
		百貨店（婦人服）	販売量の動き	・東日本大震災による消費マインドの低下はほぼ解消されたが、大阪地区の競合激化による悪影響が大きくなっており、衣食住全般に厳しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客が商品を選ぶ目が更に厳しくなっており、競合店を回ってから当店へ来店し、値打ちのある商品があれば買うという状況が続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災で商品の未入荷や入荷数の制限といった影響が出ており、特売品の数が減っている。心理的な要因もあって来客数が前年比で96%となっているほか、家電エコポイント制度の終了で液晶テレビなどの大型家電の需要が一巡した影響も大きい。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、必要以上に物を買わない傾向が強まっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料品の売上や販売点数が全体的に悪化している。特に、婦人洋品の売上は前年比で80%、紳士洋品が70%と悪化し、販売点数はどちらも85%となっている。子どもの学校関連は商品単価が前年比で90%、販売点数が120%、売上が110%増と概ね好調であるが、入学、入園関連の商品以外は苦戦している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災による影響はやや和らいでいるが、加工食品の納品が安定せず、需要があっても販売できない。チラシにも集客力のある商品が掲載できず、来客数や販売点数に影響が出ている。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・東日本大震災から1か月以上が経過しても、原子力発電所の事故は収束せず、先行き不安から不要不急の商品が売れない傾向が強まっている。売れるのは、食品や水などのライフラインに関する商品が中心である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でたばこの欠品が多いため、来客数が大幅に減少している。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・たばこの品薄状態が続く、ついで買いをする客が減っているほか、たばこの売上自体も前年比で10%落ち込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・高額品の売行きが悪く、客単価、来客数共に前年を下回っている。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で観光客などが減っており、街の人出も大きく減少している。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客の購買頻度が減り、購買周期が長くなってきている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災により、得意先の業務縮小などが進んでいる。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災以降、内食化傾向の高まりで調理用品の販売台数が前年比106%と伸びているものの、震災による品不足で販売機会を失っているほか、高額商品の需要が低下し、1品単価が前年比で93%となっている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・景気が持ち直してきた時に東日本大震災が発生し、客の動きが鈍くなるなど、大きな影響を受けている。関東と違って関西は地震の直接的な被害は少ないものの、客の雰囲気が悪い。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、店に新車がない状態となっている。納期も分からないため、販売ができない。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災による影響は予想以上に大きい。新車を注文しても納車の時期が分からないため、あわてて買う必要はないと自粛する傾向がみられる。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・観光客を含む遠方からの客が減っているほか、東日本大震災の影響で客に活気がみられない。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数がやや減少気味で、客単価も低下している。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の直後から今月前半までは比較的好調であったが、後半以降は震災の影響が長期化するにつれて自粛ムードが広がり、来客数が伸び悩み始めている。
		一般レストラン（店員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響については、来客数よりも商品の方に大きく出ており、入手困難な商品が少なからず出てきている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあって、今月は来客数が予想どおり少なく、店は閑散としている。
		その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	来客数の動き	・来客数の動きは概ね前年並みであるが、利用時間帯が午前や昼食時にシフトしており、夕方以降の需要は減少している。特に、東日本大地震以降は自宅で夕食を食べる動きが増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降は、日ごとにキャンセルが増えている。	
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・消費自粛の動きは多少落ち着いたが、客の間ではぜいたくを控えている感があり、高額な宿の集客が悪い。ただし、料金が安ければ客が動くというわけではない。	
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・東日本大震災で外国人観光客が激減し、国内の観光客にも自粛ムードが漂っている。近隣にオープンする商業施設関係者の需要で多少はカバーできているが、マイナス分を取り戻すまでには至っていない。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以後、東京からほとんど客が来なくなったほか、自粛ムードの高まりで夜の人出が少なくなっている。	
		タクシー運転手	競争相手の様子	・日に日に悪くなっているのかは、よく分からないが、悪いという言葉が同業者間のあいさつになっている。	
		タクシー運転手	競争相手の様子	・新年度を迎えても夜のにぎわいが無い。自粛ムードが続いているため、景気の足を引っ張っている。	
		通信会社（店長）	それ以外	・東日本大震災により商品の品薄感が強まるなど、影響が徐々に出てきている。	
		通信会社（社員）	お客様の様子	・東日本大震災以降、消費者の間で雰囲気落ち込んでいる。前月は売上目標の90%となったが、今月は予約獲得のめどが立たない。	
		競艇場（職員）	来客数の動き	・1日当たりの入場者数が平均で50人程度減っている。	
		その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	来客数の動き	・東日本大震災等の影響でツアーなどの公演が延期となっているほか、開催されたイベントでも入場者数の減少傾向がみられる。	
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災による影響は限定的である。海外からの観光客については、個人客の動きには回復の兆しもみられる一方、団体客の動きは壊滅的である。	
		その他サービス [コインランドリー]（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響や、節約、自粛志向の影響により、来客数が前年比で2割程度減少している。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・一部では好調という声も聞かれるが、少なくとも周囲では景気の悪化がみられる。	
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・東日本大震災の影響で、住宅設備の入荷が遅れ始めている。建材は意外に在庫があり、流通は途切れていないが、価格が上昇傾向となっている。	
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、企業や消費者の動きが慎重になっている。	
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、不動産の購入申込が減っている。特に、海岸近くの物件で顕著となっており、一部でキャンセルも出ている。	
		その他住宅 [展示場]（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災による心理的な影響で、住宅展示場の来場者は減少しており、前年を下回る動きになりつつある。	
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	お客様の様子	・新築マンションの販売現場では、一部の物件で来場者数の減少傾向がみられる。経済環境の先行き不安感や周囲からの反対の声などで、購入マインドが低下している。	
		悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以降は自粛ムードが急激に広がり、商店街を通る客もほとんどみられない。
			商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響で買物の傾向が変わっている。連日の震災に関する報道で、自らの状況をぜいたくと感じる中高年の女性などが増え、自粛や節約の意識を強めている。特に、高齢者は戦後の苦しかった時代を思い出すことで、購買意欲を抑えている。
一般小売店 [珈琲]（経営者）	それ以外		・東日本大震災の影響で商品の加工先では包材などが不足しており、商品の供給が滞っている。		
一般小売店 [精肉]（管理担当）	販売量の動き		・原子力発電所の問題で外国人観光客が来ない。外国人観光客向けのホテルやレストランでは客がほぼいない状態になっており、食材を供給する当社にも大きな影響が出ている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってもまだ寒く、春物商材が売れない。さらに、東日本大震災の影響もあり、消費者の購買意欲が非常に低い。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で建材がなかなか入ってこないため、建築が止まったままである。家が建たないと家具が売れないため、厳しい状況になっている。
		一般小売店〔花〕（店員）	お客様の様子	・東日本大震災後、急激に客の購買意欲が低下しており、必要最小限の商品しか購入しなくなっている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による様々な影響で売上が低迷している。ゴールデンウィーク前で販売量の増える時期であるが、今年は非常に厳しい状況となっている。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の後、卒業式や入学式、入社式といった行事がほとんど自粛となり、華々しさに欠けた感がある。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災に伴う消費低迷の影響が前月よりも大きくなっており、特に高額品が大苦戦している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、商品の供給状況が悪化している。特に、国産のたばこは入荷がほとんどない状態が続いており、たばこ目当ての来客が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で商店街へ買物に来る客が減っており、当店の来客数も減少している。天候不順で春物商材を買い求める客も少ない。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費マインドが非常に停滞している。家電は故障するまで使うという節約志向が強まっており、節電のための買い換えは今のところみられない。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・東日本大震災の影響もあって、客の財布のひもが固くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車業界は東日本大震災以降、部品や塗料が入手困難となり、売上に悪影響が出ている。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きく、必要な部品が入ってこない。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の直接的な影響はないが、自動車の生産が大幅に減少しているほか、消費の自粛ムードや買い控えにより、販売台数は前年比で50%とかつてない水準にとどまっている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・徐々に景気の回復している感があったが、東日本大震災の影響で大阪でも消費マインドが低下している。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降は消費の自粛が続いており、来客数が減っている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降は来客数が減り、客からは外食する気にならないとの声も聞かれる。年配客ほどその思いは強く、商店街の人通りも減っているため、近隣にオープンした喫茶店にもあまり客が入っていない。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響でキャンセルが多く出ている。消費の自粛による国内旅行のキャンセルや、海外からの観光客の激減が大きく響いている。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・今月は個人客を中心に元に戻りつつあるが、東日本大震災による自粛の動きは続いている。団体客のキャンセルを穴埋めするまでには至らず、震災の影響が大きく残っている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・旅行に関する自粛ムードが広がっており、団体客が動いていない。個人客は動きつつあるものの、客室当たりの単価が上がらないため、売上や利益率が悪化している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・関東以北からの客足が減っており、周辺の釣りポイント業者からも関東方面の客が6割減っているとの声が聞かれる。関西圏からの合宿利用は伸びているが、全体では来客数が20%程度減少している。
		観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・東日本大震災後のキャンセルは累計で25,000人に上り、金額に換算すると4億円近い損失となっている。そのダメージは非常に大きい。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードの影響もあるが、消費マインドが全般的に低下している。花見シーズンにもかかわらず、売上は低迷している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が顕著に出ている。宿泊では、アジアからの観光客による予約がほとんどキャンセルとなっており、国内客もビジネス客、観光客共に大きく減少している。宴会も半数近くが自粛で中止となっている。一方、個人客が中心のレストランは好調であるが、宿泊客の減少で朝食の売上は半減している。
		都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・婚礼は東日本大震災による影響を受けていないが、宿泊・宴会・レストランの全部門で利用者数が減少した。震災後は外国人観光客による宿泊がほとんどみられず、宴会部門は大規模なパーティの中止で減収となっている。
		都市型ホテル (総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災により、宿泊・宴会共にキャンセルが相次いでいる。レストランについては、昼の時間帯はある程度にぎわっているが、夕方から夜の時間帯は来客数が少ない。海外からの観光客については3月から全く来なくなっている。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・関東方面のテーマパークが全面開園すると発表もあり、徐々に予約は戻りつつあるが、前年比で85%程度である。この数日はゴールデンウィークの間際予約が増えているものの、例年であれば取れない施設が予約できる状況であり、逆に今年の悪さが実感される。
		旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・旅行の自粛や消費マインドの低迷といった動きが顕著にみられる。
		旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、新規予約の動きが止まっている。ゴールデンウィークの間際予約は多少入っているものの、キャンセルの量には遠く及ばない。3か月前の状況とは比べるべくもない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災による影響が大きいほか、気候が良くなったこともあり、タクシーの利用が減っている。
		タクシー会社(経営者)	お客様の様子	・歓送迎会で人の動きが活発になる時期であるが、東日本大震災の影響で様々な式典が中止や延期になり、街のにぎわいもなくなっている。
		通信会社(企画担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の動きが鈍くなっている。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,959円と、3か月前の11,549円よりも悪化している。
				その他サービス [ビデオ・CD レンタル] (エリア担当)
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	化学工業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災に伴う需要の増加で、製造部門の稼働率が軒並み100%となっている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新製品などの動きが出てきたものの、本当に市況が良くなっているかどうかは判断が難しい。
		電気機械器具製造業(企画担当)	取引先の様子	・東日本大震災の影響で一部の企業では二社購買の動きが出ており、全体的に部品調達の依頼が増えている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ホームページでは土壌汚染に関する問い合わせが増えてきている。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災による入荷遅れなどで繁忙期がずれ込んでおり、忙しくなっている。
		その他非製造業 [衣服卸](経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後は作業服などの実用衣料の業界でも、店舗や物流施設の閉鎖などで確実に流通量が減っていたが、西日本では順調な動きが続いており、今月は前月よりも大きく伸びている。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で材料不足となり、今月に入って受注量が減少していたが、月後半になって通常受注量に戻ってきている。
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・東北の工場が受けた被害が近畿にまで及んでいる。取引先の1か所にでも影響が出れば、稼働率の悪化につながる。
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・今月の受注量は前年の実績を上回るなど、好調な動きが続いている。
		電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によるキャンセルが例月売上の約30%に上ったが、他地域での売上増によって最終的にはカバーできている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
やや悪くなっている		建設業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、エレベーターやエアコン、住宅設備の納期がかなり遅れている。竣工できない建物もあり、取引先への対応に苦慮している。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・心配していたほど売上は落ちていない。折込広告の動きも例年並みで、購読者数は増えていないが、減ってはいない。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建物の管理に関する受注量は、東日本大震災以降もあまり変化がない。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後は、受注量が減っている取引先と増えている取引先が両極端となっており、全体的な状況が分かりにくい。	
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が長引き、一部の資材で入手困難な状況が続いている。資材不足で生産が思うようにいかないため、売上に繋がらないのが現状である。	
		食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・食品メーカーの生産が減少しているため、前月から食品関係の特売商品が減少し、商品の回転率も低くなっている。	
		繊維工業（総務担当）	それ以外	・関東以北の地域で、催事がキャンセルになるなど、東日本大震災の影響がまだ続いている。この地域で取引全体の60%を占めるが、そのうち30～40%がなくなっている。	
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、自動車関連の販売量が前年比で約20%減となっている。これ以外の大部分の商品も、材料を入手できるめどが立たないため、生産量が落ち込んでいる。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が非常に大きく、受注が大きく減少している。	
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、前月は原子力発電関連の大口案件にキャンセルが発生したが、その後は現状に対応した投資計画の見直しが進んでいる。原子力発電関連の需要減を補うための新たな戦略も動き出しているが、3か月前の水準にまでは回復していない。	
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・復興需要もあって前月比では徐々に向上しているが、東日本大震災前に比べるとまだ回復したとはいえない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が前月末に立てた予定よりも落ち込んでいる。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、資材や製品の納入について不安定な状況が続いている。	
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・例年であれば年度末の業務が4月にずれ込むケースも多いが、今年は東日本大震災の影響で前年の実績を下回っている。	
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の様子をみると、東日本大震災後は材料が東北地方へ優先的に供給されたことで、受注工事の開始が遅れている。また、東北地方の工場が被害を受けたことで、製品の納入に遅れが出ているほか、工事の中止なども発生している。	
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2、3月と広告の受注は増えつつあったが、東日本大震災後は様子見の傾向が強まり、受注の勢いは前年並みにまで落ちている。	
		広告代理店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で広告市況はかなり悪化しており、年度初めも厳しい状況となっている。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響は全く出ていないものの、業況は芳しくない。	
		悪くなっている	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・原材料価格は高騰したままであり、東日本大震災によって消費も減少するなど、状況は悪化している。
			化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月半ば過ぎまでは非常に好調であったが、東日本大震災の影響で原材料が入らなくなったほか、自粛ムードで各種企画やイベントが中止されたため、一気に業況が冷え込んでいる。
金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き		・東日本大震災によって自動車部品産業が大きな打撃を受けたことで、それ以外の自動車関連産業も通常の半分以下という大減産に陥っている。		
金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子		・同業他社からは、自動車関連の売上が激減し、売上が半分以下に落ち込んだといった声がよく聞かれる。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降は資材の調達が安定せず、いまだに生産できない製品があるため、出荷量が大きく減少している。
		一般機械器具製造業 (設計担当)	それ以外	・自社及び他社の業績が悪化している。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災の影響で材料が入ってこないため、仕事があっても断っている状況である。
		不動産業 (営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災以降は、中古の戸建住宅が売れなくなっている。新しい耐震基準を満たしていればよいが、それ以前の建物には買い手がなかなかつかない。賃貸マンションや事務所も相変わらず厳しい。
		広告代理店 (営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災以降は各ショッピングセンターの売上が減少したのに伴い、販促予算が削減されている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災による混乱はやや落ち着いてきたが、状況としては非常に悪い。小売業や製造業の顧客企業は、商品や部品が手に入らず、納期さえ分からない状況となっている。観光地に多店舗展開していたサービス業の顧客企業も、来街者の激減で打撃を受けている。以前に比べて観光客は2～3割に激減しており、外国人は皆無に等しい状態となっている。
		コピーサービス業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・自粛ムードの広がりや、各社における入社式用横断幕などの注文が例年の約半分となっている。また、広告代理店から予約のあった各種イベントも全体の2～3割が中止となり、ダイレクトメールやチラシの印刷キャンセルが目立っている。
		その他サービス [自動車修理] (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・部品の納期が未定といったケースが増えるなど、東日本大震災による影響が日に日に大きくなっている。
		その他非製造業 [電気業] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、受注は低調な推移となっている。
その他非製造業 [商社] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・生産調整による出荷の減少が進んでいる。		
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は、宿泊、飲食サービス業を除いた主要産業で前年よりも増えている。有効求人倍率は0.64倍と前月と同水準であるものの、平成22年6月～12月の0.5倍台に比べると、0.1ポイント上昇している。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・関西では東日本大震災の影響が雇用関係に及んでいる感はないが、IT関係では電力関連以外は止まっている。派遣登録者数が増えつつあるため、全体としては供給超となっているが、職種によって需給状況にかなりばらつきがある。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・西日本では東日本大震災の影響が小さいほか、物流や食品では復興関連の需要が急増しており、求人の増加につながっている。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・季節的な要因もあって受注状況は一定の水準で堅調に推移しているが、政府の派遣規制により、それが雇用につながりにくいものどかしさがある。
		新聞社[求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・東日本大震災以降、関西の求人動向は不透明感が強まっている。中小企業は間違いなく影響を受けており、一部では存続が難しい企業も出てきている。復興支援の動きや防災の取組も増えているものの、求人の増加につながっている感はない。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響は製造業やサービス業に一部出ているが、今のところは全業種に広がっているわけではない。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職者数は増加傾向にあるが、特に非正規雇用者による求職が多く、失業給付の受給資格がない不安定な求人も応募がある。全体的な動きとしては、求人企業が厳しい経営を強いられている感がある。
		民間職業紹介機関 (大学担当)	採用者数の動き	・震災以降の採用環境は不透明感がかなり強まっており、採用開始時期の変更や、先行き不安による採用手控え、選考期間の長期化が進んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・季節的な要因か、東日本大震災による影響かは分からないが、求人がかかり減っている。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・関西は東日本大震災による直接的な影響を受けていないが、全国的に震災の影響が広がっているため、各社の業況は悪化している。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・各業界で景況感に差はあるものの、全体的には下向き傾向で推移している。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響で企業業績が悪化しており、新卒採用は継続しているものの、採用人数に関しては、やや消極的な姿勢がみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・これまで増加傾向の続いていた新規求人数がわずかに減少している。全体に占める割合の高い、卸売・小売業、医療・福祉、サービス業、製造業は大きく変わらなかったが、宿泊・飲食サービス業や運輸・郵便業は2けた減となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の復旧工事に関する求人が出そうでない。建設業者も、原子力発電所の問題を含めて様子見の状態となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災による製造業への影響が予想以上に大きくなり、採用も手探り状態となっている。特に、中小企業では採用活動が続いているものの、採用者数を減らす企業が多い。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業は採用活動を続けているが、先行き不透明感が強まっているため、採用者数を見直す企業が増えている。	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・東日本大震災の影響で関西の各メーカーでは部品供給のめどが立っておらず、新聞広告の出稿やプロモーションの中止、規模の縮小につながっている。	

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計動向関連	良くなっている	—	—	—	
		やや良くなっている	一般小売店〔紙類〕（経営者）	来客数の動き	・平日は関東方面からの観光客もあり、良い状況となっている。
			百貨店（営業担当）	販売量の動き	・1月、2月がやや落ち込み、東日本大震災の影響で3月は大幅に落ち込むと考えていたが、3月後半にやや盛り返し昨年並みとなっている。4月はテナントにより好不調の波はあるが、全体的には前年同月比105%程度の状況である。
			コンビニ（副地域ブロック長）	それ以外	・東日本大震災の影響で、タバコ、酒、飲料等の仕入に制限があったが、徐々に物流が回復し商品供給は安定してきている。
			その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響から消費マインドが向上するに伴い、急遽フェアやセールを実施する店舗が多くなっている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災後売上が減少したが、このところ客の購買意欲が上向いている。	
			一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災のテレビ報道等が落ち着いてくるとともに、若干客の購買意欲が上向いている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・4月は東日本大震災の影響の反動で売上が上向いている。自粛ムードから復興ムードとなり、一般客の売上は伸びているが、ミセス層は備蓄関連への需要が中心で、衣料は低迷している。その反面で地方郊外店は来客数が伸びており、店全体で前年比102%の売上を見込んでいる。	
			百貨店（購買担当）	お客様の様子	・紳士服、婦人服等自らのぜいたく品については若干買ひ控えの傾向があるが、食料品、子供服は優先度が高く、売上は東日本大震災前と変わらない状況となっている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・東日本大震災や気温の影響で非常に厳しかった3月の反動もあるが、婦人雑貨やヤングアパレルを中心に前年実績をクリアしそうな状況で、自粛ムードが緩んできている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・東日本大震災直後は一時的に来客数、売上ともに大幅に落ち込んだが、現在は売上は前年並みに戻り、来客数は前年を上回る日が続いている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・セールの開催で前年並みの来客数を確保している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・販売量は前年比120%となっているが、東日本大震災の影響で登録台数が減少している。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・天候の影響で遅れていたタイヤの取り換えと、値上げ前の駆け込み需要でタイヤの売上は伸びているが、他の商品の動きは良くない。
		その他専門店【ファッション雑貨】（従業員）	来客数の動き	・必要品や実用的な商品は購入するが、趣味し好品やおしゃれについてはウィンドウショッピング客が多く、来客数も減少している。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後の3月は来客数が大幅に減少したが、今月に入り花見の自粛が外食にも及び、来客数は若干回復している。しかしながら観光客は激減している。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・東日本大震災による影響が大きく、インバウンドの取り込みが不調でキャンセルも相次ぎ、景気に上向いた兆候は感じられない。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・当社は関連事業所を東日本大震災被災地の宮城、岩手県内にも持っているが、客は落ち着いた様子で悲観的な方向に陥ってはいない。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で広告出稿等のプロモーションを自粛しているが、販売自体の落ち込みはなく例年どおり推移している。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・同業者の話では、景気が悪いのが当たり前で、閉店へのリスクを考慮しながら営業している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・2月までは順調だったが東日本大震災以降来客数が減少している。
		その他サービス【介護サービス】（管理担当）	お客様の様子	・客の動向に変化がみられない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客との対応では東日本大震災の影響があまり感じられないが、同業者間では資材の供給が不安定なため少しずつ停滞気味となっている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故による影響がまだみえない状況下で不安が増す一方であり、どのように対応してよいか分からない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の前までは住宅の引き合いが増えるなど景気が上向く兆しがあったが、震災後はどの建築主も決断を先送りしてしばらく様子を見ている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・熟年層の動きは変わらないが、若年層が新設の大型商業施設に流れている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として震災の影響があり、消費は渋く無駄な消費は極力省くといった様子がかがえる。また、昼の来客数がかかり減少している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災後商店街の通行者数は変化がないが、各商店への来客数及び買上数が減少しており、不要不急の商品、特に高額品を取り扱っている店ほど影響が出ている。
		商店街（理事）	お客様の様子	・震災後の自粛ムードと景気回復の遅れがダブルパンチとなっており、客は商品に対しより慎重となっている。
		一般小売店【茶】（経営者）	販売量の動き	・極端な自粛ムードは落ち着いてきているが、前年を下回る状態が続いている。
		一般小売店【酒店】（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードは和らいできており、以前の普段どおりの生活を送り、例年どおりのイベント開催を行うなど、意識は変わってきている。その一方で仕入希望する商品が入荷しない場合があり、販売チャンスを逃している。客の意識は前向きに変わってきているが、東日本大震災の影響が残っているため、景況感はまだ回復していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災後ミセス層を中心に、購買意欲の低下は継続しており、宝飾、アクセサリ等の装飾品の低迷も継続している。またファッションについても、ヤング層は復調してきているが、ミセス層の高級品は苦戦が続いている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・宝石やリース品の販売は順調だが、単価が低いいため売上は減少している。
		百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災後、食品物産展に来る客に購買意欲の低下がうかがえる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・月を追うごとに客単価が低下している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みで推移しているが、販売量の伸びがなく前年比100%前後で、単価もほぼ前年並みであり、客の様子からは買い控え、節約志向が強くなっていることがうかがえる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大きい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は伸びているが1人当たりの買上点数が伸び悩んでいる。
		スーパー（業務開発担当）	お客様の様子	・今の売上低迷は東日本大震災による商品の品切れが影響かと思っていたが、入荷し始めても動かない状況である。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・メーカーの値上げ等により一点単価は上昇しているが、花見等の自粛及び東日本大震災の影響による品不足で、買上点数が低下している。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・水、電池、ガスボンベ、ラーメン等の震災関連の商品への偏った売上が減少するとともに、たばこ、ビール、ヨーグルト等通常の商品で一部入荷できない商品が出ている。
		コンビニ（地域ブロック長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により一時的に買いだめ需要が発生したが、その後メーカーの供給が追いつかない影響や、工業地帯での工場稼働減にともなう不況感も漂い、買い控えが発生している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・一部たばこの配送が難しい状況となり、来客数が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・第1四半期は順調で、東日本大震災以降も伸びがあったものの、今月はキャンペーン休止等で状況は良くない。生活必需品でも客の嗜好で売上が大幅に減少している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で非常用としての備蓄や被災地への支援等で偏った商品のみ売上が伸び、他の不要不急の商品の動きは厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度が終了し多くの商品の動きが鈍くなっている。また、新たに太陽光発電を促進しているが、高額なため決定までに時間を要している状況である。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電エコポイント制度も終わり相対的に来客数は減少している。東日本大震災の影響で大学生など当地域から被災地周辺地域に移っていく1人暮らしの客が、当店からの配送を希望するケースも少ない状況である。また客単価も低下しており、全体的にやや悪くなっている。
		乗用車販売店（副店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が減少するとともに、車両やナビゲーションなどの付属品の生産も完全には回復していないため、販売が困難な状況である。
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少とともに、客はプレミアム商品、高級品には目もくれず、必要な商品しか売れない状況である。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・高額品の売行きが悪く、客は必要な物以外は買い控えている。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・前半は少し春物の動きがあったが、その後東日本大震災の影響で動きが止まっている。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・先月に比べ、今月は休日の個人観光客がやや減少するとともに、団体の観光客が特に減少している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の消費動向が冷え込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、花見や祭りの自粛により来客数の減少が顕著となっている。特に例年の予約販売が大幅に減少している。また、外食の自粛ムードも広がり義援金関連イベントでの集客が主となりつつある。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・自粛ムードが広がり夜の営業が激減している。
		観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・宿泊予約の動きは低調のまま推移しており、ゴールデンウィークも空室が目立つ日がある。4月は婚礼部門の売上が伸び全体をカバーしたが、5月以降はそれも困難な状況にある。
		都市型ホテル (従業員)	来客数の動き	・震災以降、宿泊、宴会のキャンセルや予約の減少が継続している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・朝の時間を中心に3か月前と比べ来客数が3分の2に減少している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・年初は雪が多く客の利用が多かったが、東日本大震災以降企業関係者の需要が減少している。
		テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・今月は全般的に気温が低く後半は雨天が続いたことで状況は厳しい。
		テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・東日本大震災や原発の影響から来館者の動向が鈍化している。
		テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・春先の不安定な天候、低気温の影響で観光客の出足が鈍っている。また、原発事故の影響で外国人観光客が激減している。
		設計事務所(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災後、建材や住宅器材などの調達が難しくなり、工事が進まなくなったり、今後の見通しが立たなくなったりしている状況である。
		住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・売上単価は低下してきており、製造単価は自助努力の範囲を大きく越えてきているので、値上げ修正が頻繁に出てきている状況である。
		住宅販売会社 (経理担当)	お客様の様子	・東日本大震災に伴う建材や設備機器の遅延に対し、顧客が新築の検討を保留しているケースがある。建材や人件費の価額上昇リスクも回避しようとしている。
	悪く なっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で観光客が減少するとともに消費マインドが著しく低下している。
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	販売量の動き	・依然として景気は低迷しており、東日本大震災の影響で自粛ムードもあり花見の売上は不調であった。また、タバコやビールなどの主力商品にも仕入れできないものがあり、徐々に回復基調ではあるが厳しい状況である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・震災報道の影響で来客数が直後に前年比15%減少している。その後徐々に回復しているものの現時点でなお前年比5%の減少が続いている。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・東日本大震災以降一部の商品等に販売の規制があり、全体の数量が減少している。
		衣料品専門店 (販売担当)	単価の動き	・1人当たりの客の購入金額が低下している。
		その他専門店 〔和菓子〕(営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災以降全く回復しない。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・前年に比べ予約、来客数がともに減少している。
		スナック(経営者)	お客様の様子	・来客数の激減とともに、客との会話から状況の悪さがうかがえる。
		その他飲食 〔サービスエリア内レストラン〕 (支配人)	それ以外	・東日本大震災後の自粛傾向で客の動きが悪くなっており、ガソリンの値上がりもあるが購買力も大幅に低下している。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・東日本大震災後宿泊のキャンセルが相次ぎ、大幅な減収となっている。震災後のキャンセルは4月26日現在4,200室で、関東地区からの観光客、ビジネス客のキャンセルのほか、福島第一原子力発電所事故の影響で5月に予定されていた国際会議出席者もすべてキャンセルとなっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で一般宴会のキャンセルが相次ぎ、客の利用も減少している。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・旅行業界は福島第一原子力発電所事故が解決する目途がたたないとどうすることもできない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・地方でも自粛ムードが強くマイナス要因になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	お客様の様子	・客の話では、消費者の自粛ムードが強く夜の飲食も低調で、連休の観光客も期待できないことから、当分の状況が継続する。
		通信会社（通信事業担当）	販売量の動き	・繁忙期にもかかわらず明らかに新規加入や問い合わせなどが少なく、過去10年で最も悪い状況である。
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・県外の客が前年比50%で大幅に減少しており、東日本大震災以降人が動かなくなっている。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・3か月前には大規模なレースが複数あったが、その後は厳しくなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客からは東日本大震災の影響で仕事に支障が出ている様子が多くうかがえる。
企業動向関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月の状況を3か月前と比較すると、水揚数量は623トン、水揚金額も5,230万円の減少である。水揚数量の減少理由は沖合底引き網、大中型巻き網、定置網の減少で、水揚金額の減少理由は沖合底引き網、定置網が減少したためである。前年同月と比較すると、水揚数量で423トン、前年同月比126.5%の増加、水揚金額は2億800万円、前年同月比172.1%の増加である。水揚数量の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り舟、大型定置網の増加したためであり、水揚金額の増加理由はイカ釣り舟が増加したためである。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災でグループ内工場の生産移管があり生産量は高水準となっている。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・製造業の客を中心に事業継続性に関するサービスへ関心が高まっており、具体的な設備投資への提案機会が増加している。
	変わらない	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原燃料の価格変動の影響で引き続き厳しい経営環境が続いている。また、東日本大震災の影響を製品供給面で多少受けいている。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・客の東日本大震災による操業低下の影響を受けている製品も一部にはあるが、一方で供給サイドの震災で需給がひっ迫している製品もあり、全体としては変化がない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年1～3月の受注量は前年比10%増加しているが、受注価格は10%低下しており、量の増加要因を価格要因が相殺しているため、景気は全体的には変わっていない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で大手自動車メーカーの生産の動向が不透明である。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注物件は増加しているが利益率は良くない状況である。
		輸送業（統括）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が今月中旬より多少改善され、受注が入り始めているが、車両関係の部品等は未だに入荷せず、車両の購入納期などに影響が出ている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の様子をみると優劣がはっきりしてきている。多くの企業が直接的、間接的に東日本大震災の影響を受けているが、一部の企業では震災を契機として業績悪化が顕著である。一方、ある程度しっかりした企業は、販売、仕入両面で震災の影響を受けつつ、打開策を講じ対応している。低空飛行の景気のなか大きな変動がない状況である。
	やや悪く なっている	食料品製造業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で原材料の受注が困難となっている。
		食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・大手スーパーの定番商品が5月で終了し、他社に替わる予定である。秋冬棚替以外の時期に突然の通達があり、他社の営業攻勢が強まっている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により消費マインドが冷え切っている。
		化学工業（経営者）	取引先の様子	・取引先の被災地設備の操業停止等、東日本大震災の直接的影響やそれに伴う生産拠点の根本的見直しが各社の重要課題となっている。現時点では現行設備の稼働に止まっているが、今後は設備計画や生産計画が根本的に見直しされる方向にある。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で自動車などの裾野の広い産業の生産活動が低調で、その影響を受けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、東北地区の部品メーカーから入荷していた部品が滞ったことで、工場が数日間操業停止となっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の特殊要因とはいえ特定の材料燃料の確保、入手が困難になってきており、生産調整をせざるをえない状況となっており、景気の好転要因は見出せない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・得意先から値引きの依頼があり、それに対応せざるを得ない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による直接の被害はないが、自粛モードや計画の先伸ばし等が広がっている。また、ペニヤ、一部金物等が品薄となり施工の面でも困難な状況で厳しい状態となっている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が大きく出ており、今後の見通しもみえない状況である。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で各業者とも発送量が減少している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で製品入荷が遅れ販売量も伸び悩んでいるが、4月繁忙期にもかかわらず注文も伸び悩んでいる。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数が減少している。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・2月以降業績が順調だった製造業だが、東日本大震災の影響で何件か契約解除になるなどしている。例年だと4月は年度変わりの月で、数か月先の見込みはある程度計算できるのだが今年は予測がつかない。
悪く なっている		繊維工業（統括担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の動きが低調となっている。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・当地区では自動車関連の客が多いが、大手自動車メーカーが東日本大震災の影響による部品調達難で足元での稼働が低操業となっており、それが当社のユーザーである各部品メーカーやコイルセンター等の生産にも大きな影響を及ぼしている。発注減で当社の生産にも影響が大きい。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、受注量は通常の70%程度となっている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で諸材料が不足したりなかったりするものもあり生産に支障を来している。またそれに伴い材料の値上げも多くきている。
		コピーサービス業（管理担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で得意先である大手ゼネコンで予算が震災対策費に回されており、当社のコピーサービス発注が滞っている。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・一部の部品が不足して自動車の生産が急減している。人件費などの固定費負担から月次損益は大幅な赤字を余儀なくされている。
		雇用 関連	良く なっている	職業安定所（職員）
職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き			・3月の新規求人数は前年同月比11.7%増加、前月比30.2%増加した。年度末に当たり製造業、サービス業を中心に臨時求人が大量に発生している。
民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き			・臨時、期間を限った採用を中心に求人倍率が若干伸びている。
変わらない	人材派遣会社（支社長）		求人数の動き	・自動車関連等一部の業種では東日本大震災の影響が大きく、休業や休業補償の話が出ているが、広島では求人の状況は大きくは変わっていない。
	人材派遣会社（社員）		求人数の動き	・3か月前に比べ東日本大震災の影響もなく、安定して求人がある。
	人材派遣会社（営業担当）		求人数の動き	・東日本大震災の影響で一時帰休する顧客が相次いだ。派遣先からの休業補償がないケースもあり、派遣就業者への休業補償分の持ち出しが発生している。また、本来であれば更新予定であった契約も、先行きの不透明さから一旦終了となる案件も発生している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・今のところ雇用形態に大きな変化は出ていない。しかし東日本大震災の影響が宴会業、ホテル旅館業に大きくダメージを与えている。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（支社長）	周辺企業の様子	・東日本大震災が飲食業界、旅行業界に及ぼした影響は極めて大きく、直後と比較すれば回復基調ではあるが震災前の水準には及ばない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響がじわりと西日本にも押し寄せてきており、製造業では工場の一次操業を停止している企業も出ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・先行き不透明のため各企業の来年度の採用計画が立っていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人全体では引き続き増加傾向であるが、先行き不透明感から臨時、パート求人が目立っている。東日本大震災の影響としてミネラルウォーター製造など一部の食品製造業でフル稼働となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・面接遅延や採用停止などの動きが広島を拠点とするメーカーからも出始めている。部品調達の困難性、先行き不透明性から採用を見合わせる動きになっている。
	悪くなっている	—	—	—

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良く なっている	—	—	—
	やや良くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・昨年3月末の競合店新規出店による影響の反動効果とみられる。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で商品が極端に減っており、特にタバコの在庫切れの影響が大きく、来店客数および売上が減少している。しかし、客の様子は東日本大震災前と変わらず、商品さえあれば購入しており、景気の悪化とは異なる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以来、自粛の影響が厳しい日が続いていた。しかし4月以降は、気温上昇とともに良くなっている。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響でキャンセルが続出していたが、個人旅行の申込は徐々に増えつつあり、大手テーマパークの営業再開もあって需要は上向いている。しかし昨年並みの水準にはほど遠い。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響による自粛ムードで、動きは鈍い。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・母の日商品の出足が早くなっている。4月中旬から予約が入っており、持ち帰る客も増えている。値上がり前にプレゼントする人や、東日本大震災の関連報道を見て、できるうちに親孝行をしたいという傾向がみられる。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・前年同月に比べ、来客数及び売上が共に上回った。紳士用品・リビング・婦人プレタ服が前年を若干下回ったものの、その他の商品は総じて好調に推移した。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は増加傾向にあるが、客単価が下がっており、売上は横ばいの状態である。
		スーパー（企画・営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災直後の一時的な混乱も落ち着き、売上、来客数共に比較的安定している。震災以前からの底入れ感が引き続きみられる。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・来店客数は昨年よりも増加している一方、客単価は減少している。3月は東日本大震災特需があったが、4月は落ち着いている。
		衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・3月は売上が急落したが、4月はその反動もあり前年比プラスで推移している。客単価は前年比10%程度上昇しており、販売数量減をカバーしている。しかし、客の動きはまだ鈍い。
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・エコポイント制度終了に伴って来客数減が続いており、客単価も下落している。テレビ、冷蔵庫については一段落しているように見える。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・商品がやや不足しており、売上状況は悪い。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額なサービスにも関心がある。アナログ放送終了に向けた特需とみられる部分もある。東日本大震災の影響は全く無い。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフシーズンの到来で、当初の予約状況は良かったが、東日本大震災の影響でキャンセルが相次いでいる。震災前の来場者数は昨年並みであったものの、巻き返せない状況である。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響が消費低迷に拍車を掛けるのか、復興景気を呼び起こすかは、現状では判断できない。
		商店街（代表者）	それ以外	・昨年はNHK大河ドラマの恩恵で、観光客が大幅に増えた。今年も行政等で様々な施策を打っているものの、東日本大震災の影響により、特に団体観光客が減少しており、商店街への流入者数にも大きな影響が出ている。
		一般小売店 〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災後は、来街者が減少し、外食の自粛ムードは続いている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響による自粛ムードで、来客数が減少し、客単価も低迷している。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・3月に続いて、東日本大震災の影響で販売数は悪く、前年を下回っている。また、商品在庫確保も厳しい状態が続いている。そのなかで、節電の意識から節電ビズ関連のワイシャツ、速乾肌着、吸水速乾性のある寝具といった商品が良く動いている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・購買行動が慎重になっており、成約率が低い。
		スーパー（店長）	単価の動き	・東日本大震災特需は一段落している。一定の来客数はあるが、客単価は低下している。天候の影響かもしれないが、不況感が増している。
		スーパー（人事）	お客様の様子	・東日本大震災の影響から、消費マインドが上らない状況にある。
		コンビニ（総務）	単価の動き	・3月に続いて4月も前年比で来客数が減少しており、客単価の減少幅も3月以上に拡大している。東日本大震災の影響による買い控えや商品の欠品が原因と考えられる。
		衣料品専門店 （副店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響から、ゴールデンウィークの旅行を控えたり、買物を控えるなど自粛ムードがみられる。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・店舗全体で、客単価は前年比90%と低下している。要因はテレビにあり、昨年は1台平均単価82,000円であったが、今年は57,458円となっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年と比べて低迷している。また、前月比でも大幅に減少している。
		都市型ホテル （経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の自粛ムードは、若干緩んできていると感じるものの、人の動きはいまだ非常に悪い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響が続いている。観光客は少なく、夜飲みに出ることも自粛気味である。歓送迎会も控えられており、良くなる傾向がみられない。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・長期的な電力不足への配慮から、ボートレースは当面ナイター自粛で再開された。売上は、3月が予定レースの64%を中止したため、4月は前月比157%増となったものの、3か月前と比べると24%減、前年比では38%減となった。1日当たりでは、前月比では3%増加したが、3か月前比では18%、前年比では40%それぞれ減少している。昼間みの開催であることや自粛ムードが影響している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・無駄な消費は控える堅実な雰囲気を感じる。
		美容室（経営者）	単価の動き	・来客数は、どうか前年と同水準を保っているものの、客単価は下がっている。サイドメニューを控えるなど節約傾向が以前にも増して強くなっている。
悪くなっている	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードのため、お花見や総会の懇親会などがキャンセルになった。	
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降の買い控えがいまだに続いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・東日本大震災の影響で新車が全く生産されていない状況で、納車時期がわからないなど客に迷惑を掛けている。収益面も厳しい。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響でメーカーから商品が出荷されず売れるものが無く、販売会社として致命的である。最悪の状態が数か月続くと予想される。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・例年、新車の販売台数は4月に落ちるが、今年は東日本大震災の影響から、前年同月比で約50%減少している。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災に伴う生産休止により、納期にめどが立っておらず、市場も新車購入の雰囲気はない。販売量は前年比53%と、大変な事態となっている。
		乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・東日本大震災以降、車が生産されておらず、販売量は激減している。11月までは景気後退が続くと思われる。
		その他飲食 [ファースト フード] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響からか、買い控えが目立つ。
		観光型旅館 (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響から会合や団体旅行等がキャンセルとなり、道後温泉の宿泊者数は3月が前年比10～15%減、4月も20%程度の減少が見込まれる。宿泊者数の減少に加え、客単価も下落している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・売上及び乗客数は、3か月前比で18%程度下落している。
		設計事務所 (所長)	単価の動き	・民間企業の設備投資が、特に大きく落ち込んでいる。
		設計事務所 (職員)	競争相手の様子	・前年度の売上や利益等について他社から、利益率の低下、受注量や手持ちの仕事量減、新規採用凍結などを聞くばかりで、良い話は無い。また、歓送迎会も自粛や規模縮小をする企業が多く、当社の関連協会や団体の総会等においても自粛傾向が強い。
企業 動向 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	繊維工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で東北地方からの受注が減少しており、業界全体に不況感がある。しかし、関西の小売店など、不況感のない地域もある。
		電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・これまで見積りをしていた大型物件がほぼ成約していく状況にある。化学工場、電子部品工場など素材関連からの仕事が多くあり、これらの大手企業は好調とみられる。
	変わらない	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注できても価格が非常に低く、厳しい。
	やや悪く なっている	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の特需は一段落したようである。原油価格などが高止まりしていることから、今後の価格修正がどこまでできるかがポイントである。
		通信業 (部長)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響から商品の調達が困難となり、納期にずれが生じてきている。加えて、価格競争が依然激しく、受注増がそのまま利益拡大とはなりにくい状況である。
		不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響がかなり出ている。今まで商談が進んでいた客が、しばらく不動産、住宅の購入を控えたいという模様眺めの状況が多く見受けられる。
		広告代理店 (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響はまだまだ続いており、受注量も資材確保も予測がつかず、予断を許さない状況にある。
	悪く なっている	農林水産業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災以降、計画停電の影響もあり消費が低迷している。
		木材木製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・年度初めは低迷するものだが、今年は例年以上に落ちており、東日本大震災の影響が大きいと思われる。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で、部品メーカーからの供給が止まっており、生産活動に支障が出ている。
		建設業 (総務担当)	それ以外	・東日本大震災の影響は予想以上に大きく、資材関係の手当のめどが立たず、価格も不安定である。今後、大型案件には特に手が出せない。
		輸送業 (支店長)	受注量や販売量の動き	・取引先の生産調整に加え、東日本大震災による輸送先変更に伴う輸送距離の短縮などにより、売上が低下している。また、燃料が高騰するなか、運賃引き下げ要請が出ており、転嫁どころではない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、商品確保が困難な自動車販売会社が広告費を大幅に削減している。ホテル関係は、宿泊・宴会のキャンセルなどが出ている。
		公認会計士	取引先の様子	・3月の売上が激減している取引先が大変増えており、東日本大震災の影響が色濃く出てきている。特にホテル、ゴルフ場、建設会社等に非常に影響が出ているようである。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	—	—	—
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響による企業の求人の減少がある一方で、増加しているところもあり、求人数はほぼ横ばいである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・大手就職支援企業主催の合同会社説明会を実施したが、モチベーションや訪問者数、顔つきといった参加学生の質は総じて低く、企業側に不満が募るものとなった。この時期からの採用は、人材の質の面で苦戦すると思われる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・昨年12月をピークに新規求人倍率は下降傾向にあり、今後は東日本大震災の影響が懸念される。有効求人倍率も3月と同水準で推移している。
		民間職業紹介機関（所長）	雇用形態の様子	・今まで好調であった医療、福祉関連は過剰競争のため、設備投資等を迫られており、これが雇用形態にも影響を与えている。従来は正規雇用が多かったが、パートや臨時等の雇用形態が増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年と比較して3分の2程度にとどまっております。既卒者求人はあるものの、新卒者求人があまり増えていない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・東日本大震災が影響し、景気動向を低迷させている。特に自粛ムードによる飲食業界の消費低下、公共交通機関の利用減少など、負の連鎖を感じる。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・受注の減少や、部品・原材料の入荷難から、製造業で生産調整が始まっている。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災後、自動車メーカーの被災による生産停滞の影響から、自動車の広告が急激に減少している。高知からの輸出商品も放射能汚染を疑われて断られたり、検閲で長期間足止めをされたりと、確実に影響を受けている。

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・飲食店における新規客の増加により、販売量が増えている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・紳士服部門では東日本大震災後、高額品やし好性の強いゴルフ用品関連で大きく売上が落ちましたが、4月に入って売上が戻っている。夏の節電対策でクールビズ商品への問い合わせが例年より早い。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・競合他社3施設の売上は、前年比104～105%、同107%、最終の店じまいセールを行っている施設で同100%を超える状況である。当店も26日現在で前年比100%を超えており、市況は全体的に同100%を超えている状況で悪くない。ただ同業他社が店じまいセールにより客をかなり動員しており、当店は最終的に前年比97～98%の間に落ち着く。中旬以降はコンスタントに前年を超えており、特にけん引していた婦人衣料、食料品、物産催事が前年比で2けたの伸びを示している。来客数も前年比98～99%と回復している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・以前からすると来客数の伸びはないが、商品の販売量がかかなり増えており、前年比104%前後で推移している。
	コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・たばこの入荷がストップし、来客数の減少により販売数量が落ちているが、ほぼ前月並みの売上を確保している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・タバコの主要銘柄が入荷せず、そのタバコ目的の客が以前に比べて減っている。ただ、2月に移転したこともあり、来客数自体は伸びている。駐車場が広くなったことや店舗が広がったことが大きい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きをみると、喫茶店やレストラン等に出向いてコーヒーを飲むということではなく、焙煎した豆を買ってそれを自宅で飲むといった家庭型の消費スタイルとなっている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	販売量の動き	・九州新幹線の全線開業により客の流れがすごく良く、消費も前向きになっている。当地ではイベントをいろんな形で開催しており、客の流れは明るい。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災後、相次ぐ予約キャンセルが非常に危惧されたが、4月の中旬に入り、客が大分増えている。県外客が増えており、予想以上のことでびっくりしている。さらに、ゴールデンウィークも前年を超える勢いで予約が入っており、東日本で予定していた客がこちらに流れている状態である。しかしながらインバウンドの客は皆無であり、厳しい状況である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・4月に入り気候的に温かくなってきたことから、サービスのキャンセルが減少している。また、病院から退院した患者の利用が増加している。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・今のところ東日本大震災の影響もなく、客から企画等案件の持ち込みがよくある。
変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・3月の東日本大震災等もあって、自粛ムードが広がっており、特に3月から4月にかけての客の動きは非常に悪く、購買意欲が落ちている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災から1か月経ち、ようやく九州の経済、人の流れが落ち着きを取り戻している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・4月は新規開店祝い、入学祝い関係の花の依頼がなく、売上はかなり厳しい状態となっている。これから母の日等の仕入れ、売上を見込むのがとても難しい。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・食料品、その他実用品以外の必要でない物は購入しないという傾向がより強くなっている。特に婦人服飾雑貨は、前年と比べて非常に苦戦している。
		百貨店（業務担当）	販売量の動き	・3月は確かに東日本大震災の影響による客の買い控えがみえたが、衣替えも本格化し、必要な季節商材もどうにか動き出した。3月に控えられた分、動くときは前年よりよく動いている。ゴールデンウィークも迫り、この水準がどう変動していくのか不安定であり、まだ安定しているとは言えない。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災等があり、客の動向が不確定である。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店も横ばいの状況で、営業時間の短縮や営業の見直しもあり各社厳しい状況である。当店は前年比106%で推移しているが、青果、鮮魚が前年比90%台と前年を大きく下回り、厳しい状況である。他の部門は絶好調となっている。また水の動きは一段落しているが、商品入荷は厳しい状況であり、東日本大震災の影響が少しある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は伸びているが、災害特需という要素が大きく、景気が良いというわけではない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・店頭の動きとして食品は東日本大震災後、一時的にあった買いだめや関東地区へ送るといった動きはほぼ収束した。一方で一部商品が入荷していない状況があり、販売は少し厳しくなっている。また、衣料品関係では低温気候もあり、婦人服等の動きが鈍い。また、貴金属や旅行かばん等高額品の売上が厳しい状況にある。ただ、生鮮食品は青果の価格が高めであり、非常に好調である。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新入学、新生活関連商品の動きが例年に比べて悪く、処分価格になってからの購買が目立つ。前月の東日本大震災の影響から買いだめがあったためか、日用品や水、カップ麺等の動きが鈍くなっている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（業務担当）	販売量の動き	・一時期の自粛ムードは解消しつつあり、少しずつ通常の購買動向に戻りつつある。まだ高単価商材が大きく動くほどではないが、日用品や衣料品の動きは安定しつつある。ただ、全体的に震災の影響がぬぐえず、タバコや加工食品等、長期に渡って品切れしている商品も多く、売れ筋商品を確保できないことがマイナス要因となっている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・相変わらず来客数は少ないが、春物がぼちぼち動いている。
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・前月は来客数が減り苦しい販売状況だったが、今月は客足が戻っている。仕事用のスーツや旅行用の服等を購入する客が多く、客単価が高かった。
		観光ホテル（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災に対する自粛ムードが続いている。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りの厳しい状態が続いている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・季節要因及び通信事業者による提供範囲拡大で販売量は伸びているものの、基調が変わったという実感は得られていない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあり、客の購買動向からは前向きな姿がみえない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・土地売買等の問い合わせが非常に少なくなっている。売り手と買い手で折り合いがつかず、成約が以前に増して少なくなっている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・まだまだ東日本大震災の影響は続きそうであり、客に明るさはなく、全体的に自粛ムードが続いている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・東日本大震災を契機に、将来に対する漠然とした不安が消費マインドに大きな影響を与えている。復旧、復興へのビジョンが示され、国民が何をすべきか等行動規範のようなものが明確になれば、幾分良くなる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・気候の不順による春物衣料品の不振が続いている。特に年配の方々の消費が落ち込んでいる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数の動きは相変わらず鈍い。商店街でイベントを開催しても集客が非常に悪い。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・例年であれば、新茶販売前の在庫処分が売上の増加につながっていたが、東日本大震災の影響なのかその売上は半減している。新茶入荷後も消費者は買い控え傾向となっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・自粛ムードといった心理的な影響と被災地への配送状況の悪化により、客の購買意欲は減退している。上旬の全店特別招待セールでも来客数、店頭売上共に前年を下回っている。ただし、中旬は婦人服催事及び婦人肌着催事、下旬は粗品付き催事に加え人気の北海道物産展、ゴールデンウィークには通り会と共同でイベントを開催するなど、街ぐるみで来店促進の取組を行い、効果も上がりつつある。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・東日本大震災以降、観光地にある支店の売上が厳しいため、全店の売上はやや悪くなっている。観光客の激減に伴い、周辺の宿泊施設の稼働率は前年比60%台で推移している。土産品や宿泊施設の経営者等の買物も少なく、大きな影響を受けている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、花見や行楽等を自粛するムードが高まり、関連商材の売行きが悪い。工場が被災し、需要が高い簡便商品や水等は入荷が薄く、品ぞろえに影響している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で商品の品切れが多発している。また、ついで買いをする客も少なく、消費マインド自体が非常に低迷している。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月は物の動きや客の様子があまり良くない。後半少し取り戻してきてはいるが、東日本大震災の影響が心理的な部分で大きく、4月前半は3月の影響をそのまま引きずっている状況である。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・やはり消費者は買物に非常に慎重である。特に東日本大震災後においては、高額品の動きがかなり落ち込んでいる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量が減り、客単価も下がっている。客は、同じ機能であればとにかく安い物を求める傾向を強めている。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードと商品供給の遅れの影響が、如実に出ています。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		自動車備品販売店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で一部の商品が入荷しない状態になっており、売上に影響が出ている。
		住関連専門店（経営者）	競争相手の様子	・前年に引き続き家具のイベントが開催されたが、地域販売店への影響が出ている。また東日本大震災による節約ムードもあり、厳しい状況となっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・当地を訪問する観光客が増加し、例年、燃料油が売れる月であるが、東日本大震災が影響したせいか観光客が少ない。ホテル、旅館関係者からも同じような声を聞く。
		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〕（総支配人）	お客様の様子	・衣料品でみると、スーツ、フォーマルウェアの動向が悪くなっている。雑貨ではバッグ、宝飾、アクセサリー等の動きが悪化している。卒業、卒園、新入学、進学、新生活に関わる商品群の動向が良くなり、生活必需品以外は、購買を自粛している様子である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の自粛ムードも収まりつつあり、ゴールデンウィーク明けには4月に比べて少しずつ予約が入るようになってきている。
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・客単価が少し下がっている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月初めは学校が休みだったが、若い客がめっきり少なくなっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災によるキャンセルが売上に響き、前年実績、予算にはほど遠い業績となっている。
		都市型ホテル	お客様の様子	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の影響があり、来客数が少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が大きく減少し、宿泊も団体のキャンセル等があり、売上の見込みを大きく下回っている。
		都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・個人の予約はそこそこあるが、団体予約は前年比30%減と、圧倒的に減っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入りキャンセルが相次ぎ、客の動きが全然無い。また、夜の飲食関係では、店を閉めようかと言う店主もいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は観光シーズンであるが、特にアジアからの外国人観光客が来なくなっている。修学旅行客や日本人の観光客が福島や岩手から九州方面に行き先を変更するケースがみられるものの、全体的にみると落ち込みは大きい。
		タクシー運転手	お客様の様子	・県外特に東京方面からの客が少なく、選挙等で昼も夜もタクシー利用の客が少ない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響からいろいろなイベントが開催されず、外国からの視察客も来ないため、全体的に動きが悪い。震災等の影響が徐々に大きくなっている。
		美容室（店長）	お客様の様子	・例年、4月の結婚式には着物を着る人が多いが、今年は少ない。着付け客が少なく、売上も低下している。
		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）	販売量の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードがあり、今後ますます厳しくなる。
悪く なっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、4月に入り、消費マインドが更に落ち込んでいる。客が買物に出て来ない、買物に出ても単価の安い物しか買わない等、商店街は大変厳しい状況になっている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の自粛ムードがかなりみられる。特にし好品はその傾向がみられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	販売量の動き	・魚の入荷量が少ない。少ない中から良い物を仕入れても、本当に売れない。販売量が減り、単価も減少し、大変厳しい状況となっている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客は全く動かない状況になっている。高額品等の需要も減っており、大変厳しい現状である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・売上は、昨年度は前年比3%程度の減少であったが、東日本大震災の影響もあり、特選品や紳士服の売上高が激減し、総じて前年比6～7%ほどの減少となっている。震災の影響もあり、政府が予定していた景気回復策も後手に回っている。また、周辺に大型店の出店もあり、自社の施策の変更も伴い、厳しい状態が続いている。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・1か月前、同じ商圏内にスーパーが2店舗オープンした。東日本大震災の影響で取引先、メーカーの品薄状況が続く、商品の入荷額が上がっている。客の自粛傾向もあり、売上、来客数ともに前年の売上より8～9%の影響が出ている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災以来、消費者の心理が節約モードに入ったまま、なかなか上昇しない。特に必要な物を厳選して買う傾向があり、旅行や車関連部門では、前年比60%で推移している。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災による買い控え等により、来客数が減少している。販売単価が下落し、販売額も大きく減少している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・年々来客数が減っており、高単価商品が売れなくなったことや客の高齢化等が重なり、だんだん状況が悪化している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注量の落ち込みがひどく、東日本大震災の影響で、新車登録が出来ない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	それ以外	・メーカーの生産遅れにより新車登録ができない状況となっている。またキャンセル等もあり売上が減る。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・震災の影響でメーカーが減産している。供給がなく新車の売上が立たない。客の購買意欲が低下しており、受注も低調である。非常に厳しい状況が続いている。
		乗用車販売店（代表）	競争相手の様子	・同業者からも良い話を聞かない。全体的に動きが悪い。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が九州でもまだ尾を引いており、消費マインドの低下が続いている。消費することは悪いことという考えが客に根付いており、その考えを一刻も早く払しょくする必要がある。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	来客数の動き	・空港を利用する搭乗客数が減少している。それに伴い当然、空港での土産の販売金額も減少している。東日本大震災の影響である。
		高級レストラン（社長）	来客数の動き	・東日本大震災による官公庁の宴会の自粛があまりにもひどい。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・当地は九州新幹線の全線開業で経済が大幅に良くなると思っていたものの、東日本大震災の影響があり九州新幹線全線開業の効果もまだ出ていない。広告やパンフレットが無駄になっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入りやや上向きの傾向にあったが、東日本大震災の影響で落ち込みが顕著となっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・九州新幹線の全線開業で、九州内は前年比170%増であるが、その他の方面はまだまだ予約が少ない。ゴールデンウィークも近場の宿泊や韓国等は伸びているが、全般的には前年比8割程度となっている。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・販売が好調であった3月の反動と東日本大震災の影響による商品不足及び需要の冷え込みがあり、販売数は特に買換え台数が極端に落ち込んでいる。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・個人消費は低調であり、大型店においても売上は前年比マイナスで推移している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間を含めてまだ東日本大震災の影響が出ている。海外及び九州外の動きが鈍く、個人旅行が元に戻るのには時間を要する。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きく、自粛の風潮が緩んだとは言え、客足は鈍い。プレー料金の値下げ基調も続いており、売上が伸びない。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、販売量が減少している。
企業動向	良く なっている	○	○	○

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
関連	やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により、冷凍食品加工向けの原料肉の引き合いがすごく強く、要望に対応しきれない。行楽シーズンではあったが、自粛ムードでスーパー関連では販売があまり伸びていない。居酒屋関連も、例年に比べると厳しい。	
		農林水産業（営業）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響はあるが、ゴールデンウィーク前の需要、まとめ買い等の部分で小売は良い。	
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体、液晶分野からの引き合いが増えている。	
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による自粛傾向は終わり、九州新幹線の全線開業の効果が次第に出る。	
		経営コンサルタント（社員）	それ以外	・企業は新しい目標がほとんどみえておらず、守りの姿勢に入っている。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・4月は前半と後半で大きく変わっている。前半は先月末に引き続き、東日本大震災の影響が大変厳しい状況が続いていた。一方後半は、ゴールデンウィークの前にしてかなり人が動き出し、いろんなどころで売上が伸びている。特に九州新幹線の乗降客が非常に多くなっており、市内には県外の旅行者もかなり増加している。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で原料価格の上昇に加えて入荷数量も減少し、生産に影響が出ている。	
			食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の本当の動きが不明瞭であり、会社経営や企業努力を行っていくしかない状況となっている。
			家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・資材不足が今も続いており、内装材不足で工期がずれている。その影響で予定していた物件が消化できず、売上也計上できない状況である。今後も資材不足は当分改善されそうにない。また、店舗の出店予定も延期や保留となっているケースがあり、商業施設への投資も滞っている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	それ以外	・受注率にあまり変化はないが、ハザードマップに関する問い合わせが多くなった。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の後、あまり芳しくない状態である。量販店、百貨店の売上が悪い。個人向けの企画もなかなか進まず、展示会での売上也芳しくなかった。	
		鉄鋼業（経営者）	それ以外	・九州地区の建築需要は新設マンションや病院の改築・増築を中心に回復基調にあったが、東日本大震災の復興がどのような工程で進むのか先がみえず、九州地区内で計画の新規建築物件も着工の大幅な遅延や取止め等の影響が出そうである。	
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連はここにきて一進一退で良くなったり悪くなったりという状況を繰り返しており、先行きの見通しに明るさがない。またこれ以下に下がることも考えられず、非常に不透明な状態が続く。	
精密機械器具製造業（従業員）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、今月の生産数は横ばいとなっている。		
輸送業（総務担当）		取引先の様子	・東日本大震災の影響で、関東、東北、北海道方面の荷動きが依然悪い。一定量を運べないことが主な原因である。		
金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、取引先が手元の流動性を確保する動きがみられる。資金繰りの悪化という状況ではなく、資金繰り悪化に備えての動きである。その意味で資金需要が発生しているものの、景気の方角性を変える程の影響ではない。			
やや悪くなっている	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・非常に厳しい状況になっている。特に食肉関係は、牛肉等の肉の消費が落ちている。また生産側も餌代が非常に高騰しており、厳しい状況となっている。		
	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が明らかに少なくなっている。東日本大震災の影響は計り知れず、いろいなどころに出ている。		
	化学工業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、自粛ムードもあり、全体的に経済活動が停滞している。		
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材が入っておらず、東日本大震災の影響で部品も入ってこなくなっており、生産の見通しが立たない。大変深刻に考えている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が続いており、物がなかなか入ってこない。物は東日本方面に流れている傾向がある。さらにガソリン価格も高くなっている。運賃へ価格転嫁しづらいトラック業界は、以前の料金ではトラックの確保が難しい状況となっている。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・前年から景気回復の兆しがチラホラみられていたが、東日本大震災の影響が九州地区にも出始めている。
		通信業（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響で材料の価格が軒並み高騰しており、納期も不安定である。
		通信業（経理担当）	それ以外	・東日本大震災の影響、特に福島第一原子力発電所の問題が深刻である。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で一般的に中小企業の業況は悪化傾向にある。主な原因は、消費者の自粛とサプライチェーンの寸断状況が続いていることである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受けている企業が出始めている。また、各種投資の意思決定が遅くなりつつある。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	競争相手の様子	・建設業界は、東日本大震災の仮設住宅の特需からプレハブメーカーは増産体制となっており、取引のあるメーカーも景気が良いとのことである。震災の影響がない建設関係者やコンサルタントは、民間企業の企業活動の抑制や低迷傾向から仕事量が減少している。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	受注量や販売量の動き	・前年同期に比べると、設備投資案件の増加は維持しているものの、3か月前に比べれば東日本大震災の影響が出始めており、3か月前比11%減と受注にも陰りが出始めている。
		悪く なっている		一般機械器具製造業（経営者）
輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災により、生産量が低下している。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災影響により、工場の稼働が停止した。
建設業（社員）	受注量や販売量の動き			・官公庁の発注がいつになるのか不安である。東日本大震災の影響が当地まで出始めている。例えば建築資材等の入手や型枠材の入手が困難になっている。さらに政府の公共事業5%留保の発表を受け、地方の業者は補助事業等がいつ発注されるのか、どの工事が対象になるのかと不安になっている。単独事業で凌いでいかざるを得ないのだが、単独事業の発注も遅れているのが現状である。
金融業（営業職 渉外係）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響で外食、レジャー、宿泊産業を中心に利用を控える人が増えている。
金融業（得意先担当）	取引先の様子			・建設関連業者は資材調達の困難に加え、今後の資材価格高騰の話聞く。また東日本大震災以降は国内客の旅行控えや外国人の渡航自粛により売上が大きく減少している企業が多く、非常に厳しい。条件変更の相談等も今まで以上に見受けられる。
雇用 関連	良くなっている			職業安定所（職員）
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所における3月の新規求人数は、前年同月比32.7%増である。2010年8月から8か月連続で前年同月比プラスで推移しており、企業間で業況に差があるものの改善がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	それ以外	・東北の復興に対するインフラ及び住居、生活、ライフラインにおいて絶対量の雇用が必要であり、今後のエネルギー政策の転換により、雇用は増加するはずであるが、それを政府主導で事業計画としない限り、景気は停滞したままとなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響は製造業を対象にした派遣業の業務縮小くらいで、目立った動きはみられなかった。一部、土建業で被災地へ送り出すスタッフの求人がみられた。また、留学生アルバイトが帰国をして戻ってこない等の影響が出ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・製造業を中心に一部生産拠点が西日本へシフトすることで、求人広告も好調に推移している。4月に開催した看護系のガイダンスも盛況だった。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	雇用形態の様子	・緊急雇用対策関連求人ばかりで正規雇用の上昇がみられない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数の動きにエリアと業界で異なった動きが見受けられる。ITやエアライン関連等は、関東以外は前年と同等もしくは欠員状況がひっ迫気味の感がある。反面、ホテルやブライダル、トラベル関連はどのエリアも厳しい。ビジネス関連は、従来通り夏以降、欠員となっている。全体的には、ここ数年採用を抑制していた反動で、採用を余儀なくされている感がある。ただし、景気回復による増員ではない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新年度がスタートして落ち着いた感が若干あるが、例年に比べて、新規注文が少ない。登録者は増えてはいるが、仕事がないので、派遣登録をしたという人が多い。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・取引先等から商品が手に入らない、部品がないが生産ができないといった話を良く聞く。東日本大震災の影響がここに来て表面化している。ゴールデンウィークのイベントも、実施はするが規模縮小というところが多く、例年より受注が減っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災から1か月が経ち、自粛気味の九州新幹線のPRが復活し、商業地区にも明るい兆しがみえてきた。しかし、震災による気分的な悪影響はまだ引きずりそうである。
		職業安定所（所長）	それ以外	・求人数の増加等により求人倍率も回復始めたところであるが、今回の東日本大震災が今後与える国内の経済情勢が雇用情勢への大きく影響が懸念される。全く見通しができない状況となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年比でみて、新規求職者数は2か月連続の増加だが、新規求人数は4か月連続の減少である。微減だが、増加傾向にあった新規求人数が停滞している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人数の増加傾向には変化はないが、求職者数が増加傾向にあり、有効求人倍率の改善がなかなかみられない。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・3月までは季節的な単発業務の依頼があったが、4月に入り、落ち着いている。リースや生命保険、損害保険等から震災関連の依頼があるが、まだまとまった内容にはなっていない。
		学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き	・求人数の動きについては、現段階で実数を把握しているわけではないが、企業の来校数や雰囲気から、景気はやや悪くなっている。
	悪くなっている	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で、製造業を中心に、休業、週休3日、操業時間を短縮する客が続出している。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	－	－	－
	やや良くなっている	その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・ここ3か月の売上が前年比を上回っている。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・住宅展示場への来場者数は、3か月前と比べ増加している。しかし、受注状況は、良くなってはいない。
	変わらない	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たばこ・飲料の不足で、売上が減少している。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で観光客の入客は前年の60%ぐらいに落ち込んでいるが、食べ飲み放題、低価格メニューの影響で地元客の入客が増え、総計では前年比20%増で推移している。
		通信会社（店長）	販売量の動き	・前年と比べてあまり変わっていない。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・来客数は、相変わらず低い数値で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	やや悪くなっている	一般小売店 〔鞆・袋物〕 (経営者)	お客様の様子	・客は必要な物しか買わない傾向がある。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、ミセス層の購買が落ち、客単価の減少につながっている。しかし、今月は大規模な改装を仕掛け、ヤング層の購買が上がり、店全体では前年を捉えている。ただし、既存売場の動向を冷静にみると、今後の動向が懸念される。
		スーパー(企画担当)	お客様の様子	・客単価が前年を4%ポイント程下回る。新店出店もあり、売上・客数は前年を上回っているが、客の買上点数、1品単価共に前年を下回っている。特に青果部門、日配部門での売上の落ち込みが大きく、東日本大震災による商品供給体制への影響が大きいと推測される。
		スーパー(販売企画担当)	販売量の動き	・1点単価は若干上向きであるが、販売点数が下がってきおり、そのため客単価が落ちている。来客数も、競合の多い店舗は大変厳しい。
		コンビニ(経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響による物流の悪化で、商品の入荷が少なくなっている。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・売上は前年を超えてはいるが、たばこ以外の売上が前年並みをカバーするには至っていない。今後はたばこのほとんどは本部からの送り込みでしか対応できず、更なる客離れの要因となりつつあり、飲料や食品の売上にも影響している。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響があり、観光客数が2~3割ぐらい落ち込んでいる。
		その他専門店 〔楽器〕(経営者)	来客数の動き	・もともと前年の売上が悪かったので、それ以上悪くなりようがないと考えていた。しかし前年を大幅に下回っている。観光客数も、インターネットでの問い合わせや注文も減少している。
	悪くなっている	観光型ホテル (マーケティング担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響が大きく、稼働率が前年同月実績を大幅に下回っている。3か月前が良かったわけではないが、それ以上に前年からの下落幅が大きくなっている。
		旅行代理店(代表取締役)	販売量の動き	・旅行自粛ムードもあり、関東方面へのビジネス出張が無い、関東以北への旅行客激が減少するなど、旅行業界はかなり厳しい。
その他のサービス 〔レンタカー〕(営業担当)		来客数の動き	・東日本大震災以降、観光客の予約が減少しており、前年比80%と、3月同様厳しい状況が続いている。	
企業動向関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・本土からの大手メーカーとの契約があり、近々本稼動に入る。
	変わらない	窯業・土石製品 製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事は予算執行が進むなか、前年比増となっている。民間工事は、住宅を主に前年比増となっている。
		建設業(経営者)	取引先の様子	・東日本大震災の影響で建築資材、及び設備機器の入荷遅れのため、工事が遅れている。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・外食系取引先の新規店舗オープンや、大手ホームセンターの進出、家具販売店の販売量増など景気が良くなっている感はあるが、一時的なもののみられる。
	やや悪くなっている	輸送業(代表者)	受注量や販売量の動き	・宮古地区が依然堅調である。前月は東日本大震災の影響で観光客のキャンセルが多く、雰囲気は悪かった。
		会計事務所(所長)	受注量や販売量の動き	・基幹産業である観光業を中心に、これまでに無いくらいキャンセルが相次いでいる。
	悪くなっている	コピーサービス業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・もともと年度初めは受注量は減少する傾向であるが、東日本大震災の影響で、印刷物の受注が予算の関係上減少するとみられる。
		悪くなっている	—	—
	雇用関連	良くなっている	—	—
やや良くなっている		—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	職業安定所（職員）	それ以外	・中東情勢の不安定化による原油小売価格の高騰を受け、一部製造業者における事業所閉鎖、事業主都合による離職者の漸次増加等から、有効求職者が前年比で17.5%増加している。また、東日本大震災における製造業、サービス業、流通産業からの求人取消等の不安定要因もある。ただし、新規求人は前年同月に比べ増加しており、有効求人倍率も改善している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・既往取引の派遣先からの新規案件が減少している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・今回の東日本大震災の影響で求人数が減少し、採用数も少なくなってきている。
	悪くなっている	—	—	—