

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる やや良くなる	○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
	変わらない	○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○
		○	○

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・今後に向けてのプラス材料がないため、変わらないまま推移する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ようやく低迷期の底が見えてきており、客への訴求次第で今後の売上を底上げできそうな気配がある。
		タクシー運転手	・この先2～3か月で、東日本大震災からの復興の目途が立つのは難しいとみられるため、今後も変わらないまま推移する。
		観光名所（役員）	・今月も東日本大震災があった前月と同様に、前年の3分の1程度の入込と厳しい状況が続いている。台湾の旅行会社の視察旅行もみられるが、効果は限定的であり、先行きは全く不透明である。
		美容室（経営者）	・今のままだとあまり大きな変化はないとみられるが、今後に向けて、増税や年金の減額などといった話題が出ているため、客の間に不安感が出てきている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の悪影響は当分続くが、日常生活は落ち着きを取り戻す。しかし、心理的には無理、無駄をしない消費行動になる。連日、ニュースやワイドショーで流れる震災関連の映像はどちらかと言えばネガティブで心理的に消費意欲を阻害させることになる。
		商店街（代表者）	・東日本大震災と原子力発電所の事故の影響に加えて、国の方針が定まっていないこともあり、客が疑心暗鬼の状態にある。政治の問題と経済の問題がリンクしている状態にあり、今後についてはやや悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響により、消費マインドが低下している。食品は前年並みの売上となっているものの、婦人服・紳士服が前年比80%台後半と苦戦していることから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・現状では、2～3か月先に明るい希望を持てる要素は何も見当たらない。かごを持たずに、毎日の目玉商品のみを買い求める客も数多くみられるようになってきている。
		スーパー（店長）	・津波による被害や放射能の影響により、夏物の主力である水着の売上が減少する。また、浴衣などの売上也どう動くか予想できない状況にある。
		スーパー（企画担当）	・東日本大震災の影響により不要不急の商材の買い控え、北海道産の青果・水産商品に対する需要の増加に伴う価格上昇の可能性など、今後の消費動向について予断を許さない情勢にある。
		スーパー（役員）	・観光客や出張者の減少で、ホテル・温泉・動物園等の来客数が大きく減少していることで、小売業にも影響が生じており、売上が大幅に減少傾向にある。今後の景気見通しや可処分所得の減少予測からも、下期以降の売上確保は非常に難しいとみられる。
		スーパー（役員）	・中国からの技術研修生の一時帰国や観光客の減少など、見えないところで少しずつ食品の消費量が落ちている。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響は今後も続く。これから期待すべき観光関連は軒並み減少しており、全体の景気後退により、消費は減退することになる。ただし、製造業や第1次産業で北海道への生産のシフトがあれば回復も見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・観光地では週末に宿泊客のキャンセルが発生しており、閑散としている。長期滞在の観光客の減少は夏季に向けて大きなマイナス要素となるため、今後についてはやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響による商品供給の悪化は今後も継続するため、今後についてはやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークを控えて色々なイベントを行う予定であるが、予約状況が悪く、客が戻ってくる様子もないことから、今後についてはやや悪くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・リゾートについては東北地方向けの修学旅行の振替需要が海外客のキャンセルをカバーすることになる。一方、都市部では国内・海外客の減少分をカバーするまでには至らない。
		設計事務所（所長）	・建築業界が東日本大震災のショックから立ち直るまでまだ時間がかかる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	百貨店（売場主任）	・観光客の動きが顕著に少ない。特に近郊の温泉街、JR、飛行機などでは、ゴールデンウィークにかけての予約が30%ダウンという経緯もあり、人の動きがない状況のなかで、今後の商品の動きも厳しい状況となる。前年が冷夏であったため、気温の状況によっては夏物の動きが多少なりとも期待できるが、カットソー・パンツの動きが顕著になるかが課題となる。
		百貨店（役員）	・消費マインドの低下が今後更に顕著になる。
		衣料品専門店（店長）	・現状では、2～3か月後に良くなる要因が全く見込めないため、今後については悪くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の供給が回復するのが下半期までかかるため、今後2～3か月は現在の状況のまま進行することになる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油高と東日本大震災の影響に伴う節約志向により、今後の景気はかなり悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・原子力発電所事故の終息が見えず、海外旅行会社のツアー再開の見込みがないことに加えて、夏の旅行シーズンに向けて関東を中心とした本州方面からの旅行予約が激減している。さらに、新たなツアーの設定もなく、需要が大きく低下しているため、今後については悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・すべて原子力発電所の復旧次第となる。旅行業界も2次被害を受けており、今後2～3か月は悪くなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響により、北海道の観光は大打撃を受けている。これから本格的な観光シーズンを迎え、ここ数年増え続けていた海外からの観光客はしばらくの間は来ないことになる。
		観光名所（職員）	・年内は原子力発電所の事故の影響により海外客が期待できない。また、国内客についても景気の回復が期待できないことから大幅に減少する。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後、観光最盛期に向かうなか、団体ツアー客の減少がより大きな影響を与えることになる。
		住宅販売会社（経営者）	・客のマインドの低下、資材の高騰などにより、今後は非常に厳しい状況となる。
		住宅販売会社（従業員）	・現在、モデルルームへの来客数が減っているため、今後、販売戸数が減ることが見込まれる。また、客の購入マインドも悪化してきていることから、今後は業績が悪化する。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・土木、建築とも、官・民からの発注量が増えてくることで、工事の稼働も上がってくる。ただし、競争環境は相変わらず厳しく、更に東日本大震災と原油高の影響で資材や機材の調達難が見込まれるため、コストの高騰が懸念される。
		輸送業（支店長）	・東日本大震災による影響が改善の方向に向かい、物流機能が回復し始めれば、本来の貨物に加えて、東北地方からの代替貨物が加わることになり、道内での取扱量が増加することになる。被災地の物流回復には時間がしばらくかかるため、受け皿としての道内の港利用が当分続く。
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	・東日本大震災からの復旧に伴う経済活性化が見込まれるものの、原子力発電所の事故処理の長期化や農水産物の放射能汚染問題の影響が懸念される。また、復興に向けての国民負担の要素が強まっていることから、今後については景気が後退見込みとなる。
		食料品製造業（役員）	・原料資材について、当面、手配可能な量に限りがあり、受注を伸ばすことができないため、今後も厳しいまま変わらない。
家具製造業（経営者）		・落ち着きを取り戻すことができれば、市況も安定する。	
建設業（従業員）		・東日本大震災の影響で客が激減した観光ホテルで、予定していた改修計画を見直すなどしており、民間の建設投資意欲が低下している。また、工事中の建設現場も資材調達に困難が生じており、着工期間が長引いている。	
輸送業（営業担当）	・今後1～2か月ぐらいで東北地方への応援輸送は落ち着くとみられることから、前年同様の猛暑となれば、飲料、生乳の輸送が増加傾向となる。ただ、燃料油の高騰による値上げ分を荷主側に負担してもらえなければ、非常に厳しい状況となる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・東日本大震災の災害復興費用には膨大な金額の予算が必要であり、増税が現実味をおびてきているため、今後、大型消費などに慎重な姿勢が現れてくることになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・東北地域の交通機関の復旧が進み、商品の配送状況は良くなったが、東北地方で作っている部品が思いのほか多く、製品に必要な部品が手に入らないため、品薄状況が続いている。注文は受けても入荷が遅れ気味であるため、今後については売上・利益ともに期待できない。
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・商談、商材が減少傾向にある。また、東日本大震災の影響が今後より強く出てくるため、今後しばらくは景気は悪い方向に向かう。
		金融業（企画担当）	・原子力発電所の事故に伴う風評被害が続き、観光関連は極めて厳しくなる。個人消費も自粛ムードが残る。また、東北地方の復旧が優先されるため、建設資材が不足し、住宅建設、設備投資などが先延ばしとなる。
	悪くなる	○	○
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・医療関係の求人は堅調に推移するとみられるが、流通・製造業での求人は低調に推移することが見込まれる。企業経営者のマインドも下がり気味であるため、新規に人を調達する意欲につながらず、更なる業績の悪化によっては雇用調整が広がることにもなる。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響で求人が止まっており、回復までにはもう少し時間が必要となる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・基幹産業である農業の求人件数が増加することに加えて、道路整備などのインフラ関連の受注見込みから、土木建設業の求人件数の増加も見込まれる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・東日本大震災を機に求人数が減少しているが、それでも依然として前年を上回っている。震災の今後の影響は不透明だが、求人の基調としてはこのまま大きく変化することはないとみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一部の業種を除き、大きく落ち込む要因が今のところ見当たらないため、今後も現状維持で推移する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用形態に変化はみられるものの、北海道における企業の大半が6月までに採用を終える傾向にある。こうした採用の流れに加えて、北海道の高校を卒業した学生の概ね2割が東北、関東の大学に進学していることから、東日本大震災の影響により、Uターン組も含めた道内での就職率が上昇することが懸念される。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・今後も大きな落ち込みはないとみられるが、年初の勢いが戻るまでは、しばらく時間がかかる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災に伴い水産業関係に影響が出ている。養殖施設が被害を受けたことで、今後の出荷に期待できないことに加えて、風評被害により水産物の輸出もストップしている。また、観光客の激減等の影響もあり、今後の求人数が減少することが懸念される。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・基幹産業である観光業、水産加工業等に東日本大震災の影響が出始めており、雇用面への影響が懸念される。

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	商店街（代表者）	・5～7月くらいまで、前年比80%程度の水準で推移するが、現状よりは良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来街者は徐々に増えているが、店舗の撤退などはまだまだ増加することが予想される。一方で、復旧が完了した店も出てきており、客の要望に答えられる態勢が整ってくる。
		商店街（代表者）	・来客数も観光客の宿泊状況も少しずつ回復している。この先、天候に恵まれれば、夏場にかけて客の動きは活発になり、観光客の再活性にもつながっていく。普通の生活に戻ることに、普通の生活を送ることが震災を受けた被災者にとって復興となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・3月の売上動向からすれば数字そのものは良くなるが、前年からの状況を考えると不透明である。国の政策あるいは復旧に対する助成などの動きによっては、更に変動する。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・今が底なので、今後は良くなることが予想される。
		一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・現在、被災地では避難生活に必要な商品が売れているが、今後は、復興に向けた消費に移っていくことから、需要の増加は続くと思われ。
		百貨店(企画担当)	・東日本大震災以降、前年と比べて街に人が出てきているように感じられる。陽気になってきたこと以外に心の変化があるように見受けられ、景気回復のきっかけとなることを期待している。
		百貨店(経営者)	・衣料品を中心とした季節商材のまとめ買いが見られる。また、宝飾品関連が売れてきている。地域の催事、イベントの開催決定で、若干ではあるが必需品を買い求める機会が出てきている。ただし、カジュアルは上昇傾向だが、フォーマルの厳しい状況は変わらない。
		コンビニ(経営者)	・東日本大震災の影響で休止していた近隣マンションの建設工事がようやく再開したほか、4月から着工予定だった近隣の大規模建設工事にも間もなく開始の予定であり、工事関係者の来客増が期待できる。
		コンビニ(経営者)	・物流も大分回復し、品ぞろえも良くなってきている。
		コンビニ(経営者)	・徐々に商品も入ってきて、客も戻りつつあるので、良くなっていく。
		コンビニ(経営者)	・商品物流は正常化に向かい、客数も回復していくと予想される。
		コンビニ(エリア担当)	・幹線道路沿いの一部店舗は、復興需要による売上、客数の増加が見込まれるが、全店というわけではない。また、例年であればゴールデンウィークから夏場にかけて本格化する行楽需要の激減が懸念される。特に福島第一原子力発電所事故の影響によって被害がより大きく、そして長期化する可能性がある。したがって、良い店と悪い店、プラスマイナスが混在するような状況が予想される。
		コンビニ(エリア担当)	・東北以外からの客の流入次第で数値は大きく変わる。一帯で店舗が倒壊した商圈もあるため、マクロの視点では収益は大幅に減少する。ただし、交通機関の復旧状況と自粛ムードの解消によっては、売上が東日本大震災前の水準に早く戻る可能性もある。
		コンビニ(店長)	・建設業界において仕事に事欠かない状況となっており、コンビニにおいても、それらの客が高回転することが予想される。
		衣料品専門店(店長)	・カジュアル衣料を中心に買上客が大きく増加していることと、商品単価を補うだけの1人当たりの買上点数が伸びていることから、やや良くなる。
		衣料品専門店(店長)	・自粛ムードも徐々に解消され、正常に戻っていくと予想される。
		乗用車販売店(経営者)	・6月以降、メーカーの生産ラインもほぼ復旧し、入荷待ちになっている注文の解消を中心に売上の増加が期待される。
		乗用車販売店(経営者)	・4月後半に入り、天候が良くなるのと並行して、市場も少しずつ動き始めている。
		住関連専門店(経営者)	・東日本大震災後、復旧復興に向けて動きだしてきているので、太平洋沿岸地域からの客も少しずつ増えてきて、売上も確保できるようになると予想される。
		住関連専門店(経営者)	・東日本大震災後1か月、休業を余儀なくされたが、最近になり少しずつ注文が入るようになっており、いづれ回復傾向が感じられる。この先も、急激とはいかないが、徐々に回復基調になることが予想される。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・新年度に入り人が動き始めており、今より多少品物は動くと思われる。しかし、極度の節電やエコ運動が始まれば、制服関係の売上もかなりの減少が見込まれる。
		一般レストラン(支配人)	・宴会予約が徐々に入ってきており、4月が底だと期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・納涼会のセールスを強化しているが、東日本大震災による反動か、一般宴会の感触は良い。関東地区の海水浴客を中心とした家族やグループの動向如何となるが、ある程度の期待はできる。
		旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題は残るが、4月の中下旬にかけて、有名テーマパークの営業再開や新幹線の全線営業再開も予定されており、今後は回復に向かうことが予想される。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響で街が大きく破壊されており、復旧が急いで行われている。その影響が良い方向に出てくることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新幹線が全線で運転再開し、インフラが復旧すれば現状よりは回復するのではと期待している。
		観光名所（職員）	・ゴールデンウィークを迎え、少人数の予約も若干入ってきている。また、フリー客も10人、20人の単位で戻ってきており、3、4月に比べれば良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・2、3か月では変化は出てこない。
		商店街（代表者）	・震災復興関連の事業が増える。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・今年はこのままで推移していくのではと予想している。前年の動きを踏まえて資金繰り等をしているが、読めない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良い方向に向かうとは思えず、変わらない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災により失業した客も多く、売掛金の回収が難しくなっている。商品も売れず、景気の回復はまだまだである。
		百貨店（販促担当）	・当地域はプラスになる環境要件があるものの、売上は前年ベースで推移している。また、ファッションで仕掛けをしているものの客の反応はまだ弱い。そのため、当面は現状と変わらない。
		スーパー（店長）	・4月後半、ここ1週間の売上動向を見ると、東日本大震災前の状況にほぼ戻っているため、3か月後についても、販売量、来客数共に変化はなく、現在の状況が続くことが予想される。
		スーパー（店長）	・景気の回復は東日本大震災の影響がどのくらい続くかによるが、まだ予想がつかない。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の復興需要で建設関連や土木関連の仕事がある一方、企業の業績悪化により仕事を失う人も増えつつある。この状況はしばらく続くと予想される。また、品ぞろえが震災前の状態に戻るには2、3か月かかると思われ、当店を含め住宅街に立地している小売業の苦戦は免れない。
		衣料品専門店（経営者）	・被災地優先のため、その他の地域では商品供給がままならない状況となっており、被災地の早期復旧と福島第一原子力発電所事故の早期解決が望まれる。
		衣料品専門店（経営者）	・末端の小売業者の売上が伸びないなか、同業他社も廃業を余儀なくされる状況である。そのため、中間卸業者もその煽りを受けて商品が回らず、ピラミッドの上部に位置するメーカーも生産を縮小するなどしており、繊維業界は右肩下がりですべて推移する。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災による消費の冷え込みを懸念している。一方、例年以上にビジネスに力を入れていこうという意識も感じられるので、スーツその他の需要がそこそこ出てきて、現状と変わらないまま推移していくのではないかと予想している。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響による自粛ムードでビジネスマンの来店が減少しており、今後も続く。また、省エネによるクールビズでスーツの売上低迷が予想される。
		衣料品専門店（総務担当）	・現状から、先行き不安感は一層高まる。
		家電量販店（店長）	・東日本大震災の復興が優先され、景気対策の改善が見込めない。
		家電量販店（店長）	・この先2、3か月、地場産業の従業員の収入減が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・普通の経済状況に戻るような傾向も見られるので、これからは少しずつ良くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・当地では東日本大震災の影響がほとんどなくなり、販売が伸びているので、今後も現在のやや良い状態が続くことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・不要不急な単価の高い耐久消費財の需要が回復するまでには相当な時間を要する。そのため、現在の売上でも持ちこたえられるよう経費を圧縮できるかが鍵であり、大変厳しくなる。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客の様子から購買意欲は減退の傾向がしばらく続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災の影響は続くことが予想され、販売量の回復は望めない。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる材料が見当たらず、今後の見通しは全く立たない。
		スナック（経営者）	・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が、依然として厳しい状況は続いている。2、3か月は現在の状況が続くことが予想される。
		通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災から1か月半が過ぎ、沿岸部を除き復興に拍車がかかっている。経済活動の維持を訴求する報道や番組の効果もあって自粛ムードを排する気運も高まっており、一定の効果も期待している。ただし、福島第一原子力発電所の収束を見ない限り、全体の底上げには至らず、震災前のレベルには戻らない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の復興需要がしばらく続くと予想される。
		遊園地（経営者）	・現在が底であり、ゆるやかに回復していくことを期待したい。東日本大震災から3か経過後の状況を注視した上で、その後の対応策をとっていくつもりである。
		美容室（経営者）	・景気が悪い上に、東日本大震災で更に落ち込んだ状況からなかなか回復しない。
		設計事務所（経営者）	・資材が手に入らない状況がしばらく続く見通しで、新築等の案件は出てこない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・東日本大震災による影響で、業界全体の見通しが立たない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・集客に向けたイベント等は自粛ムードがある。節約、自粛により盛り上がりは期待できない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災によって、多くの人が悲観的な気持ちになっている。景気が上向くためには多少は無駄な商品も必要だが、そのような物に手が出せるような楽観的な状況にない。
		百貨店（売場主任）	・現在は東日本大震災の被災者の生活用品すべてに動きを感じるが、ある程度そろえば動きは止まる。先行きの不安から、必需品のみの購入となる。
		百貨店（営業担当）	・今後は防災用品、見舞品、お返しといった用途の商品の売上が一時的に上がることが予想される。一方で、宝石、美術、ブランド品といった高額品の売上が回復するまでには時間がかかる。
		百貨店（売場担当）	・東日本大震災が与えた影響は大きく、外出や旅行の自粛が経済にも大きく響いてくることが予想される。当然、百貨店への来店にも大きく影響してくるし、出かける用途がなければ買物もしないという悪循環が生まれる。
		スーパー（経営者）	・製造業で東日本大震災の影響が出ており、全体的に稼働率が下がっている。じわじわと影響が出ることが予想される。
		スーパー（店長）	・一時休業中の競合店も5月には営業を再開することに加え、イベントなど各種行事も自粛ムードにあるため、景気は先行き不安感が残る状況となる。
		スーパー（店長）	・今月に入り、消費は明らかに鈍化している。競合各社共に販促策を強化しているが、客の反応は鈍く、この傾向はしばらく続く。
		スーパー（総務担当）	・失業給付を受ける生活者が増え、企業の採用再開や復興事業等による雇用拡大の見通しが全く見えてこないなかで、景気悪化の傾向は続くことが予想される。福島第一原子力発電所事故を早く収束させ、国による復興事業を速やかにかつ広範に実施し、雇用拡大や景気の底上げを図ってもらいたい。
		スーパー（営業担当）	・震災復興に向けた政府の対応が遅く、具体的でないため、景気はやや悪くなる。
		スーパー（販促担当）	・商品の供給が一段落し、競合各社の店舗復旧が進むと現状の客の購買動向も落ち着く。また、今回被災した大手メーカーの西日本への工場移転等により、雇用の低下とそれに伴う景気の低迷が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・被災地での具体的な復興対策が提示されない限り、全く先が見えない。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響は大きく、特に当県では沿岸部を中心に甚大な被害を受けている。こういったなか、仕事を失った人も多く、先行きは非常に不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・他地域から観光シーズンを迎える東北地方への客の流入に不安があり、売上について楽観的な予測はできない。
		家電量販店（店長）	・復興需要でやや良いと思われていた景気は、徐々に悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車は納車できず、中古車は品不足により市場価格が高騰しているため、車両販売の低迷はしばらく続くことが懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・物流は、東日本大震災直後に比べ格段に改善しているが、油脂や部品の不足はしばらく続く見通しである。そのため、頼みのサービス部門の売上も追加整備、予防整備が思い通りにいかず、苦戦を強いられる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・東日本大震災の復旧復興に関連した仕事が増えており、需要に追いつかない状態である。しかしながら、一般の物販と利幅の条件が異なるため、利益が出ない状況となっている。今後はその辺りを立て直していかないと、企業収益や雇用の面で悪循環が続いていく。
		高級レストラン（支配人）	・復興需要が出てくるのは数か月先で、夏場には節電の問題も浮上するため、明るい要素が見当たらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・飲食を控えるというか、できるだけお金を使わないという傾向が続き、景気は更に悪くなることが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ただでさえ人口減により当地の経済が悪かったのに、東日本大震災の発生で更に悪くなっている。当地は回復力が弱いので、このダメージから立ち直ることができるか心配している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の事故の影響があり、復旧支援関係者の宿泊もやがて収まるため、当面は厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響で全く先が見えない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響により、一部の企業を除き、景気は当面低迷すると予想される。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故への政府対応がはっきり見えない。
		美容室（経営者）	・2、3か月はがれきの撤去などを行っていく。景気回復などプラスの要因は考えられず、地元はますます疲弊していく。
		住宅販売会社（経営者）	・太平洋側にはヒト、モノ、カネのすべてが最優先で投下され、西日本がバックアップするなど、復興支援を合言葉に全国的な展開を見せている反面、日本海側は衰退し始めている。
	悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・繁華街においても問題のあるビルが出ており、現在復旧して開業している店は約60%となっている。この先、ビルの建て直し等もあり、復興には大変な時間がかかることが予想される。
		百貨店（広報担当）	・東日本大震災の発生後、消費マインドの低下により節約志向が一層強まっており、不要不急のものを買い控える動きも強くなる。また、企業業績の悪化により、個人所得も減少することが予想される。
		百貨店（経営者）	・東日本大震災以降、各業種押しなべてマインドが低下している。直接、間接両方の影響が大きく、今後は企業倒産も含めて一段と悪化する懸念がある。
		百貨店（経営者）	・余震や福島第一原子力発電所の事故の影響による景気の停滞が予想され、消費は低迷する。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災以降、現在まで復興が進んでいない。こういった状態が続くことが予想されるため、消費購買力の拡大は見込めない。人口の減少に加え、場合によっては移住ということも考えられる。
		スーパー（経営者）	・商品調達の不透明感と、コストプッシュによる商品原価の上昇、更には原価上昇分の転嫁が思うように進まない状況が続く。
		スーパー（店長）	・復興の最中に便乗して儲けようとする企業が多くなることが懸念される。生活が厳しい人が多く、景気の回復には程遠い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故による風評被害で、総合的に数字がかなり落ち込む。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災による県内経済の悪化はしばらくの間続き、特に必需品以外のファッション衣料は、自粛ムードもあり厳しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車、サービス共に引き続き需要は多くなると予想しているが、新車、中古車共に在庫がガラガラの状態である。車両販売では開店休業となることが懸念されている。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の復旧の目途が立たないうちは、景気回復はない。
		自動車備品販売店（経営者）	・余震が長く続くと、旅行など移動をしなくなるため、観光に伴う消費はなかなか元に戻らない。当地の土地区画整理事業の予算も半分が震災復興に回されるため、経済効果も期待できず、低下した消費マインドが上向きには時間がかかる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・短期的な問題ではないので、落ち着くまでには長いスパンで考えなければならないが、このような状況が続けば更に経済は厳しくなり、閉店や倒産に追い込まれる企業も少なくない。被災した方々もたくさん避難してきている状況で自粛がどこまで必要なかを全体で考えていかなければならない。先が全く見えないなかでの経営が怖い。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災の影響がどこまで続くか見通しが立たない。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・東日本大震災発生後の2次、3次被害で解雇や自宅待機の企業が増加しているため、消費者の所得がひっ迫していくことが懸念される。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・自粛ムードが緩和され少しは動きも出てくるが、仙台などに大きなシェアを持つところは、大きな落ち込みがしばらく続く。一方、地元が直接的な被災を免れたところでは、それをフォローしつつ東北以外への売り込みを行うことになるが、長期にわたる苦戦が予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東日本大震災以降、買い控えの傾向が見られる。今後どうなるか見通しが立たない。
		高級レストラン（経営者）	・良くなる要素として考えられるものが一つもない。
		一般レストラン（経営者）	・客は8、9割くらいまで戻りつつあるが、東日本大震災の影響は大きく、ここ3か月先くらいははかなり厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・時間やお金に余裕がないと飲食店で食事をしない。また、被災地に隣接する当店周辺では、会社の資金が底をついてきているところもみられる。したがって、生活困難者は末広がりで増えると予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災以降、3か月先までの予約は8割方キャンセルとなっており、再予約の見通しは暗い。また、行事はすべて中止となっている。施設は完全復旧したものの、食材、特に海産物の入手で多少の不便をきたしている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・本来は観光シーズンが始まり、県外からの客も来る予定であったが、余震や福島第一原子力発電所の状況が毎日映像で流れ、東北は一括りに見られている傾向がある。また、今後の増税のあり方によっては、消費はますます減退し、デフレに更なる拍車をかけるという不安もつきまとっている。総合的な観点から打開できればよいが、しばらくはかなり厳しい状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィーク過ぎまでは、心身共に疲れたのでとにかく休みたいという、被災地や周辺県からの需要が期待できるが、震災ショックがいずれ収まると、収入減や失業による経済的な理由から、旅行や宿泊の需要はなくなると予想される。また、福島第一原子力発電所事故の影響で、南東北を敬遠するムードが出るのが懸念される。
		観光型旅館（スタッフ）	・東日本大震災以降、落ち着きを取り戻しつつあるものの、福島第一原子力発電所事故の収束に見通しが立たない。計画停電や節電の動きが広まるなかで、消費心理が良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（経営者）	・予定されていた各種大会が軒並みキャンセルとなっていることで、宿泊もキャンセルとなっており、収入が減少することは間違いない。また、自粛ムードが漂っていることで、一般宴会や婚礼のキャンセル、総会関係も懇親会を行わないなどの影響が出ている。婚礼に関しては、福島第一原子力発電所の問題が大きく響いており、延期もしくは中止がほとんどとなっている。
		タクシー運転手	・景気が良くなると思えるような要素がない。
		通信会社（営業担当）	・小売業は持ち直しているが、一時的なものであり、経済はこの先ますます悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所の事故が収束しない限りは、風評被害もなくならず、地域経済の回復が遅くなるため、景気は現在より更に悪化する。
		競艇場（職員）	・政府が復興税や所得税の増税などといったことを打ち上げたため、今後、消費は急激に落ち込む。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気が回復して購買力が戻り、経済が循環し始めないと、復興財源もいずれ枯渇してしまう。政府には震災復興と同時に早急な経済対策の実施を望む。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		繊維工業（経営者）	・今後、一般的には災害復旧が進むため、現状より悪くはならないと予想される。ただし、当地域では福島第一原子力発電所事故による出荷停止の状況や放射線量の測定結果次第で、大きな問題を抱える可能性がある。
	建設業（従業員）	・東日本大震災の復興特需を期待している。	
	通信業（営業担当）	・今後は、東日本大震災からの復旧が見込める。	
	金融業（広報担当）	・東日本大震災の影響は長期化が懸念されるが、復興に向けた動きは本格化しつつあり、建設関係を中心に改善していくと予想される。	
	広告業協会（役員）	・東日本大震災以降、ラジオ広告は電力、ガス、交通など生活情報を提供するパーソナルメディアとしての機能が効果を上げ、需要を伸ばしている。また、広告を自粛していた遊技場関係は5月下旬から復活する予定となっている。	
	広告代理店（経営者）	・東日本大震災により、各企業とも軒並み広告ストップという最悪の事態となったが、今後は元気な企業が少しずつ広告を再開するようになる。	
	広告代理店（経営者）	・具体的な案件や問い合わせがあるわけでもなく、今月よりは良くなるだろうという程度である。広告業界に特需はなく、自粛ムードを早く打破し、仕事をつくってきたい。	
	経営コンサルタント	・少しずつではあるが復興への機運が高まっている。	
	公認会計士	・震災復興関係の業種については、3～6か月先以降、順次業績が回復することが見込まれるので、今月よりは景気が良くなる。	
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・東北の特産品消費による支援の動きや、技術者を中心に復興事業のための来県者の増加、新幹線の復旧などにより、ゴールデンウィーク後の料飲需要回復が見込まれる。	
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響を考慮すると、どのように推移するか判断が難しい。
		木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が大きく、当面、販売量や単価の改善は進まず、収益に相当なマイナス要因となる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年5月以降は売上が減少する時期であるため、東日本大震災の影響も加わり、大幅に減少することが予想される。
		建設業（経営者）	・資材の入荷遅延や高騰が懸念され、今年の秋ごろまでは現在の景気が続くことが予想される。
通信業（営業担当）		・当面は正常な営業活動を行えない環境にあり、現状は設備の復旧に全力を注ぐほかない。	
金融業（営業担当）		・良くなる状況には至らない。	
コピーサービス業（経営者）		・景気の状態がどのようになるかということは、現状ではまだ予測しきれない。被災地とそうでないところでは、経済活動も温度差が感じられる。被災地の人たちがどのように元氣を出していくかが勝負である。	
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・需給も落ち着き、平年の動きに戻る。また、業界内の競争が激化することが予想される。
土石製品製造販売（従業員）	・工場の再開や建設資材の調達を急ピッチで行っているが、見通しが立たない状態が続く。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・発注元は調達先の多様化を進めているので、東北地域の製造業は非常に厳しい状況に置かれる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響により、今後もすべてにおいて縮小傾向になるため、景気は悪い方向に向かう。		
		建設業（企画担当）	・東日本大震災から1か月半が経ち、復旧工事は進んでいるが、復興工事に関していまだに形が何も見えてこないため、将来予測ができず不安が残る。		
		輸送業（経営者）	・操業再開が予定通り進むのか不透明で、その間の従業員の仕事の確保が難しい。		
		司法書士	・東日本大震災の影響で、建築資材が入荷せず、建物の工事が遅れている。完成時期など見通しが立たないことから、住宅着工自体の受注も少なくなっており、景気に与える影響は今後顕著になると見られる。		
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・東日本大震災で被害を受けた建屋の補修を現在行っているが、まだ時間が掛かり、補修部材なども物によっては入荷に時間が掛かる見通しで、進捗状況は良くない。また、設備の保守パーツも震災前と違って入荷に時間が掛かるため、トラブルが発生すると保守立ち上げに時間を要し、ラインの停止時間が長引く。そのため、ロスが出てしまい、生産性も上がらない。さらに、夏場の電力事情を考慮して生産の前倒しをするため、ゴールデンウィークも通常のシフトで出勤させるようである。		
		金属工業協同組合（職員）	・東日本大震災時の受注残と工場損壊による仕事の廻し分等により受注を確保しているが、放射線による汚染や部品調達等の困難等により今後は全く不透明であり、景気は減速する。		
		悪くなる	農林水産業（従業者）	・福島第一原子力発電所の事故による風評被害が現在もかなりあり、野菜類も値段が付かない状況となっている。6月の桃が生る時期にどうなっているか心配している。	
		農林水産業（従業者）	・当県内では、福島第一原子力発電所からの放射性物質放出による農作物への影響はないものの、風評被害が予想される。特に高級品のさくらんぼは、必須食物ではないため、影響をもちに受けることが懸念される。		
		食料品製造業（経営者）	・新幹線がようやく再開したが、土産需要がどれだけ回復するか、また中元需要もどうなるか不安である。		
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東日本大震災により避難している方々に早く仮設住宅を造り、公共施設でイベントができるようにならないと、自粛ムード一色で景気の悪い状況が続く。消費は伸びず、景気は落ち込む一方である。また、福島第一原子力発電所の問題が落ち着くか不安である。		
		一般機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災の影響は今年後半まで続く見通しである。それに加え、依然為替水準が円高で推移していることが経営に大きく影響する。		
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響は続く。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・一部のスーパー等が店を開けたが、全体的な立ち上がりには程遠く、被災者も生活再建のスタートラインについたばかりであり、景気を語る状況にはない。		
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・3～5月は仮需要に支えられただけで、実際の需要ではない。そのような状況も5月ごろには一旦落ち着き、本当の景気の状態が分かるようになるのは6月以降ではないか。		
		雇 用 関 連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・9月ごろを目途に、大きな案件も進み、復興に向けた大きな人材需要が出てくる。
		やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全体としては最悪の状態が続いているが、当県において復興宣言が出されたこともあり、今後、復興というテーマでいろいろなもの動き出すことが予想される。それにより、現在の状況から多少は回復すると期待している。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の復興関連に動きが出ることや、自粛への反発で消費マインドが向上することに期待する。		
		職業安定所（職員）	・消費の拡大や物流の正常化が進めば、景気は回復していくと予想される。		
変わらない		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災からの復旧復興に相当な時間を要する。		
		人材派遣会社（社員）	・復興に向けた経済活動の活発化を予想するが、国の施策次第である。		
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響は計り知れず、景気は悪化する。新規求人数は5か月連続で減少しており、月間有効求人数は4か月連続での減少となっている。有効求人倍率はわずかずつの減少傾向で推移しており、予断をゆるさない状況となっている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新卒者向けの求人は前年に比べ増加している。一方、東日本大震災の影響により新たに休業を計画する事業所も増加しており、一進一退の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・建設業で復興のための求人が増加しているほか、幅広い業種から被災者を対象とする求人の申込が増加してきている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・かまぼこ産業では工場の打撃も大きいというえ、観光客がいないことで売上が前年比6割減となっているようなところもある。また、福島第一原子力発電所の問題で、観光客は戻りそうにないなど、東日本大震災の2次被害で景気が停滞しており、雇用について考えられるような企業は少なく、景気が良くなることはない。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響による新規求人数の落ち込みは続くと予想される。
		職業安定所（職員）	・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）	・東日本大震災の影響で、原材料の入手困難や電力需給の逼迫により生産活動が制限される業種において、求人手控えなどが懸念される。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今後、2、3か月先の景気は更に悪化する。	
	アウトソーシング企業（社員）	・東日本大震災により従業員も被災し、依頼があっても受注できる体制ではなく、仕事の少ない状況は続く。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一時の自粛ムードは和らいできたものの、経済活動は縮小、萎縮したままである。売上が回復する状況は想像できない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災からの復旧復興を目指した市内各地のまちづくり経済支援策がまとまり、復興事業が具体的に動き出すには、まだ相当の時間がかかる。その間、景気回復は見込めず、厳しい状況が当面続く。	
	職業安定所（職員）	・新規求人が減り、求人倍率は低下している。また、東日本大震災の影響による事業縮小や休業に伴い、解雇が増えている。	
	職業安定所（職員）	・食料品製造業は、東日本大震災で製造機器が破損したが、県外にある専門の修理業者は放射性物質の風評被害で修理に来てくれず、いつ再開できるかわからない状態となっている。	

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・一番はたばこの供給が整い始めたことである。また他の商品も納品の上限が解除され始めて、良くなってきている。自粛ムードはあるが、当地域ではゴールデンウィークと花見が重なったことなど、盛り上がり貢献している。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・3、4月が底だと思うので、夏以降は確実に回復して行く。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・地上デジタル放送対応テレビの動きが上向いてくる。エアコン等、夏に向かったの商品に期待したい。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災後の状況が安定し、気温の上昇と共に行楽のシーズンに向かうので、やや良くなる。
		コンビニ（店長）	・現在、物流が大分滞っているのですが、その関係で売上が上がっていない部分もある。これが2～3か月先になると物流もある程度戻ってくると思うので、今よりは良くなっていく。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の様子が幾分明るさを取り戻しつつある。被災地に対して自分たちが支援できるようになるためにも元気を取り戻して、それをどんどん蓄積していかなければというような雰囲気を感じられるので、やはり幾分かは自粛ムードから転換しつつある。行動そのものが消費に動いてくれるという期待感を込めて、先行きはやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・7月24日にテレビ電波のアナログ波が停止するため、地上デジタル放送にまだ対応していない客の駆け込み需要が期待できる。また、前年の猛暑で季節商材を買いそびれた人が、今年の夏に商品を購入する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量及び消費意欲の回復が進むため、今よりはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・来月から生産ラインがほぼ回復する見通しなので、客にも納車の目途をきちんと伝えることができるため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・東日本大震災の影響でやや落ち込んでいるが、今後は復旧復興に向かっていろいろな消費も活発になっていく。
		一般レストラン（経営者）	・観光シーズンになることと、自粛ムードの改善で、客数が増える。
		観光型ホテル（営業担当）	・自粛ムードも払しょくされ、宴会需要、国内旅行も徐々に回復してくる。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災の復興での景気回復を願っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気が悪いところに東日本大震災があり、当地域でも地震があったので、非常に皆自粛傾向に入っているが、これからしばらくの間はそれも徐々に解けて少しは良くなっていくかと期待している。このままいくと非常に大変な状態になってしまうので、使えるところは使ってもらおうといった、景気回復を願っている。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響が徐々に薄らいでいる傾向にある。
		旅行代理店（所長）	・東日本大震災を理由とする旅行自粛ムードの改善、並びに福島第一原子力発電所問題の改善期待により、現在よりも良くなっていると期待している。
		通信会社（経営者）	・年度末流れの発注が来月あたりから受注となる予定である。少しずつ復興に向かっていくのではないかと感じている。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災後の自粛ムードなどによる出控えがゴールデンウィークを機に解消しつつあるので、昨年や震災前に比べると良いと言えるような状況ではないものの、今よりは良くなる。
		遊園地（職員）	・東日本大震災の影響でレジャー関連施設への出控え傾向は継続すると思うが、今後2～3か月先は今よりは回復傾向に向かう。
		変わらない	
一般小売店〔精肉〕（経営者）	・県内の物を使おうということで地産地消と言われているが、福島第一原子力発電所の影響があるので、それが落ち着かない限り景気回復は難しい。		
一般小売店〔家電〕（経営者）	・相変わらず被災地中心の商品の流れがあり、季節商材も早期仕入の段階から規制が掛かってきている物もある。今の状態だと、売りたいユーザーに売れない、購入したくてもできないという状況も出てきそうである。		
百貨店（営業担当）	・夏になっても季節商材はさほど動かない。		
百貨店（販売促進担当）	・主力商品群である婦人衣料の回復が鈍い。東日本大震災直後と比べると、ほぼ前年並みまで回復してきているが、不要不急品の購入は控える傾向は当分の間継続する。		
百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災以後、少しずつ客数が回復基調にあるが、依然として食品などの必需品以外は低調な推移となっている。今後も同様な傾向が続く。		
スーパー（店長）	・被災地の復興状況次第の面がある。近隣のマーケット自体はそれほど冷えていないので、製造メーカーがいつ通常生産に近づくかで変わってくる。		
コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響でたばこなど入荷に制限が掛かっているものがある。商品量は潤沢ではないが、近くで便利な店を活用するという流れの中で、ガソリン価格の高騰なども踏まえややプラス要因もあるので、プラスマイナスで大体同じような推移でいく。		
コンビニ（経営者）	・イベントも縮小気味で、海への客も期待できない。		
コンビニ（経営者）	・東日本大震災による福島第一原子力発電所の事故、また風評被害は当地域にも非常に影響を及ぼしている。また、回復にはまだまだ時間が掛かるので、先の売上もそれほど今とは変わらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・余震や福島第一原子力発電所の状況次第ではあるが、消費者の心理はまだ安定していないために、買物に対してもシビアであり、生活必需品でもないファッション商品については厳しい状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・過剰な自粛も徐々に収まり、予想に反し4月の売上は上がったものの、この先、仕入価格、特に魚介類の値上がりなどのように影響してくるのか不安である。
		旅行代理店（副支店長）	・やはり過去の事例を見ても、旅行業は回復に非常に時間が掛かり、2～3か月ではなかなか回復してこない。1年、2年という長期的なスパンで今後の会社の経営体制を考えていかなければならない。
		通信会社（営業担当）	・精密関連の仕事が東日本大震災の影響で大幅に減り、人員削減がはじめており、景気全体の底上げができない。
		通信会社（総務担当）	・個人消費が低迷し続けているので先行きは変わらない。
		通信会社（局長）	・東日本大震災の復興や福島第一原子力発電所問題、夏場の計画停電など不安要素が多く、心理的に消費拡大につながりにくい。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス時期までは今の節約、自粛傾向が続き、あまり動きが無い状況のまま変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・3月は来場者、売上ともに前年比50%であったが、4月は前年比で大体75%くらいになっている。向こう3か月の予想としては、取り込みについてはぼちぼち回復してきてはいるものの、やはりコンペの開催が少ない状況である。平日については間際の予約も可能なので回復しつつあるが、土日についてはなかなか前年比までの獲得が難しい。ましてコンペが少ないため、早朝や午後からといった身軽にできる安いプランに偏りがちなところがあり、総体的に売上はなかなか上がらない。
		ゴルフ場（支配人）	・マインドの低下がまだ続いており、予約が伸びてこない。地域のメンバーを中心とした来場者が目立っている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （店長）	・夏季の電力不足問題は当業界にとっても大きな影響を与えることが予想されるため、不透明なことが多い。ただ、休日を近場で過ごす家族連れが増加も予想されるため、営業ができれば通常以上の客数が見込めるとも考えている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・当店の業態は単価も低く、ある程度客の価値観によって売上が左右される。現状は客が他にお金を落とすよりは少ないお金で楽しめるということで、当店の業態を選んで利用しているような感じがあるので、それほど大きな変化はない。
		美容室（経営者）	・先の予約が厳しい状況が続いており、すぐに良くなる様子はない。おしやれに使うお金を節約する人が増えている。
		その他サービス [清掃]（所長）	・歓送迎会や花見など自粛ムードできており、大型連休中も観光地等は人出が見込めないようなので、今後も急激に景気が上向くことは考えられない。
		住宅販売会社（経営者）	・福島第一原子力発電所が落ち着くまでは、この情勢は変わらない。風評被害が徐々に多くなることから、地域リスクは大きくなることを見込まれる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・災害等の教訓により、これからやはり無駄なお金は使わない傾向になっていくのではないかという懸念があるので、今後は今よりは悪くなっていく。
		商店街（代表者）	・郊外の大型ショッピングセンターの影響が、これから強くなる。
		百貨店（総務担当）	・超人気の菓子の展開ができなくなり、来客数と中元商品の激減も考えられるので、中元商戦から先を含めて、売上全体は減少傾向をたどるしかない。
		百貨店（営業担当）	・そで物のスーツなどは今後非常に厳しくなる。クールビズ、節電ビズでポロシャツ、半そでシャツ等は動くと思うが、ガソリンの値上がり等、東日本大震災後の影響がいろいろ出て、全体的には非常に厳しい状況となる。
		スーパー（経営者）	・心理的要素や増税などの報道で、消費は更に冷え込んでしまいそうである。
		スーパー（総務担当）	・夏場の計画停電が実施されれば、食品などはその日消費する物のみの購入になる。当店は広範囲の客を吸引しているため、まとめ買いのウエイトが高く、計画停電が実施されれば買上点数が減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（統括）	・原材料がタイトになり、徐々に原料高になりつつある。さらに県内の観光需要の激減や製造業の受注減により、夏のボーナスはかなり厳しくなることが予測される。デフレからスタグフレーションへ移行しつつあり、不要不急の高級品はますます売れなくなる。
		スーパー（経営企画担当）	・落ち着いてくれば外食や行楽も増えるだろうが、景気の先行きに悲観的な見通しが多いので、やや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・現在は東日本大震災の修理などで昼間はその関係での来店が結構あるが、節電の効果等で夜が暗くなっており、夜は全く暇な状況である。福島第一原子力発電所の問題はまるで終息するような様子がなく、外出控えやいろいろな物、地域産品などへの買い控えも収まらず、必然的にあまり良い方向にはいかない。
		乗用車販売店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題で大きな影響を受けている。今後の見通しはいまだになく、長期化している状況に変わりはない。原発事故発生の隣県として経済的に大きな影響を受けており、この影響は今後も続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・営業活動の中で、自動車の購入を検討するという客の数が少なく、全く先が読めない状況が続いている。
		住関連専門店（統括）	・東日本大震災の復興に関連した増税等の消費者負担増と、可処分所得の減少による消費マインドの低下により、やや悪くなる。
		高級レストラン（店長）	・原材料や石油の価格高騰に加えて、夏場の電力状況の不安定感のなか、好転する要素が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災前に戻るまでどのくらい掛かるのか、さらにそれより良くなっていくとは思えない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の災害の影響を受け、経済環境も悪くなっており、景気回復は見込めない。
		旅行代理店（副支店長）	・東日本大震災の影響で自粛が続く。6月ぐらいからようやく話が始まってきているが、旅行にお金を出すのは夏以降になる。景気で言えばそんなに悪くないが、旅行業界としては最悪の上期となるのは必至である。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響で機器の入荷が困難なため、商品によっては販売の見通しが付かない状況にある。また、自粛ムードで客の購買意欲も落ちており、今後ますます苦しい状況に陥る。
		ゴルフ場（副支配人）	・東日本大震災の影響がこれからまた各方面に対して出てくる。その影響がどの程度になるのかはまだ微妙に見えない部分がある。良くなるということは多分ないが、自粛ムードが漂っているので、景気の見通しがあまり立てられない状況である。
		競輪場（職員）	・東日本大震災の影響で人の動きが鈍っている状況のなかで、これから購買が上向くということは考えられない。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響がどのように出てくるのか分からず、今後落ち着くのかひどくなるのか様子を見てから工事を発注するという客が多い。
		設計事務所（所長）	・2～3か月先ではまだ建設効果は表れず、資材不足もあり、かえって停滞しているのではないかと見ている。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者の減少がそのまま受注量の減少に直結することは間違いない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題、ゴールデンウィークも自粛ムード、夏の電力事情などと考えると、全く先行きは見えない。
		商店街（代表者）	・福島第一原子力発電所の事故が落ち着くまでは客も不安で、日常必需品以外の買物は控えている。趣味の楽しみも我慢をしているようである。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・当店の近くで火災が発生したり、当地区ではいろいろなことが起こっており、あまり良くなる見通しはない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災以来、当地方でも地震によって家や塀などが壊れたところが沢山あり、その修繕費や会社がしばらく営業できなかったことでの給料減などにより、お金を使えない状態が続くのではないかと見ている。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の問題が早く解決しなければ、ほとんど消費に回らない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		乗用車販売店（販売担当）	・現在新車が全然作られていないので、下取りも入ってこないし、新車の契約をしても納めることができないので、これからは恐らく契約が成り立たない。売りたいくても売車がない状態なので、景気は良くなるはずがない。全国的にそうだと思うが、先行きは悪くなる。	
		住関連専門店（仕入担当）	・4月の需要は特需に近いものがあり、日を追うごとに平常に戻ってきている。無駄を極力省くという消費マインドの中、今後は販売数の低下が予測される。先行きは厳しいという前提で計画を修正、変更している。	
		一般レストラン（経営者）	・ここ1か月ほどサービス業、流通業等では非常に消費が低迷しており、売上が下がっている。15%、20%ダウンが続いているので、これから先も良くなる傾向には見受けられない。	
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災による影響は大きく、3～5月と宴会、送別会、歓迎会等のいろいろな催しが中止となり、売上が激減しているため、悪くなる。	
		スナック（経営者）	・このまま変わらないようであればまだ何とかかなと思うが、明日のことさえ分からないような状況なので、2～3か月先のことは全然分からない。ともかく景気が悪い。	
		都市型ホテル（支配人）	・今後の予約の多くはキャンセルされている。また、首都圏の空港を利用したツアーもキャンセルになっている。先行きが真っ暗で見えない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災で飲んでる場合ではないという意見が多発している。また、風評関係で飲み会を控えるということも非常に多くなっている。宿泊に関しても、震災復興支援と保険関係が辛うじて入っているという状況であり、今後数か月も非常に心配である。	
		旅行代理店（従業員）	・過剰な自粛と価格低下によって利益を確保しにくい状況のため、悪くなる。	
		タクシー（経営者）	・今の状態ではこの先も悪い。	
		美容室（経営者）	・当地域でも東日本大震災の余震がある以上、外出もする気にならず、しかも美容などは少し我慢をしてもいいと思う業種なのかもしれない。営業をしていくこと自体が難しいこととも言える。	
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災によるレジャー指向の減退から、別荘販売を含むリゾート関連産業は不振が続く。	
		住宅販売会社（経営者）	・東日本、西日本と福島第一原子力発電所の問題が大きく影響している。	
企業 動向 関連	良くなる	—	—	
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・3、4月が底だと思っている。これからはいろいろと自粛していたことを止めて、産業や経済が発展して欲しいという希望を持つての回答である。	
		金属製品製造業（経営者）	・今、親会社には特装車両、特にミキサー車等の受注が相当入っているが、肝心の自動車メーカーからの車が間に合わず、製品にならない状態である。したがって当社への受注は2～3か月先になるようである。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・製造業が良くなるということは、いろいろな面で景気に結び付いて良くなる。	
		金融業（経営企画担当）	・東日本大震災の自粛意識が改善されるため、やや良くなる。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・イベント等の自粛は、予定どおり開催されるとの報道も目立ち始め、次第に解消される。また、いろいろな分野で便乗の動きがあったが、これも解消されつつある。東日本大震災直後の新規開店予定だった大型店も延期してオープンし、関連業種の商戦も活発化している。	
		変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響による消費の落ち込みがどの程度まで回復するかにもよると思うが、それとは関係なく業界の低迷が相変わらず続いている状態なので、なおさら気掛かりである。
			窯業・土石製品製造業（総務担当）	・東北地方の復興が最優先となるため、悪い状況に変わりはない。
	金属製品製造業（経営者）		・今のところ東日本大震災の影響というものは何もない。震災前と同じように仕事をしている。仕事量や値段がずっと良くないので困っているが、今のところ何もないのでそのまま変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・業種によって仕事の状況にばらつきが大きく、自動車向けの仕事が通常に戻るにはまだ時間が掛かるが、建設機械向けの仕事は東日本大震災後も順調に伸びてきている。全体としては、景気は現状と大きく変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・長期的、安定的な受注は全くなく、先が見通せない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・当社は取引先が十数社あり、悪い会社もあるが比較的良い会社もあるので、4月までは非常に景気が良かった。5～6月も同じような感じでしばらくは推移する。
		輸送業（営業担当）	・今後とも東北エリアの機能の半減部分を関東エリアで補い、物量的には確保していく予測である。ただし、計画停電は回避されている中ではあるが、様々な負担もかかわってきており、燃料高の状況にもよるので、物量は前年を大きく上回る予定であるが、全体的に景気動向は厳しい。
		司法書士	・4月はたまたま仕事が多かったという気がしている。今期は分からないので、先行きは良くて変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・悪い状況が当面続くと思うが、製造業の中には生産体制が東日本大震災前に戻りつつある企業が増えてきている。
やや悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・本格的に原油価格が高騰し始め、東日本大震災の影響で値上げに踏み切れなかった資材も7、8月には値上げしてくると思う。原料についても旧穀がなくなり次第、1割ほど値が上がり、利益確保が断然難しくなる。インフレに振れていく可能性もあるが、末端商品がどの程度対応できるかは不明である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・価格競争が相変わらず激しいので、やや悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙、インクなどの資材が入ってこないの、客に迷惑を掛けているような状況である。代替品についても大変厳しくなっていており、仕事を取りにくくなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で、需要は増えるが部品不足の解消がなかなかできないため、生産対応が図れないのではないかと予想している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・競争相手が連休明けごろから製造を再開するという事なので、バックアップ機能で受注をもらっている当社としてはこれから落ちてくる状況である。なにかと部品がなくて物が作れない状況が他の仕事でもあり、自粛ムードによる買い控えで物が動かなくなってきたので、これから2～3か月はぐっと景気が冷えて悪くなる。ただし、復興需要が出てくればまた上がるかとは思っている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で、一部部品の調達が難しくなっている。今後の見通しは非常に不透明であるが、状況によっては厳しさが一層増すのではないかと懸念している。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・新規の見込みが予測できない。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災特需と防災関係は期待できるかもしれないが、被災に関連した負の要素が大きすぎ、消費への意欲等、差引きマイナスになる。
悪くなる		社会保険労務士	・インフラの復興関係は動いているが、関係ない事業所は東日本大震災前に戻るまで体力がもつか疑問である。
		化学工業（経営者）	・年度初めなのに新しい話が全く止まってしまっている。5月は休みが多いので稼働日数も少ない。また、原材料の仕入価格がどんどん上がってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災により自動車メーカーは50%くらいの減産となり、建設機械メーカーは大幅増となったが、合計すると70%くらいの受注量となっている。これが元に戻るのは年内一杯掛かる模様である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・操業率が約50～60%で、今後も主力自動車メーカーの操業が従来どおりの形の100%に戻るのは12月以降になるだろうということなので、60%で食べられるようにしていかなければならない。非常に辛いところである。特に、資金決済や収益上の問題は非常に厳しい状況になる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・3～4月に中止された宝飾のイベントが6月に集中している。これに期待するしかないが、3～5月までの落ち込みはカバーしきれないのではないかと考えている。現状では大阪、九州の間屋を回っても、東日本大震災後の自粛傾向の影響で全く売れない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。東日本大震災の影響で、進行中の工事すべてが3か月間の工期延長になってしまった。このため現場経費がかさむことで利益が減ることと、工期延長に伴う工事金の入金が遅れることにより、資金繰りが今後心配になってくる。
		金融業（調査担当）	・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の見通しによると、更に悪化を予想している。
		金融業（役員）	・東日本大震災の影響で、多くの取引先の収益状況が急激に悪化しているため、先行きは悪くなる。
		不動産業（管理担当）	・東日本大震災の影響による復旧、対策費用の増加、テナントの売上減少による賃料の入金遅延などが発生する可能性がある。
		広告代理店（営業担当）	・広告宣伝にお金を使うようになる見通しが、今は全然立っていない。
		経営コンサルタント	・東日本大震災への対策が後手後手に回り、経済再建のための政策があいまいなため、私企業レベルでの業績回復に限界がある。電力、物資輸送、サプライチェーン等の経済基盤の修復と経済システムの機能正常化の遅れが経済活動の回復の障害になっており、スピードを伴った経済再建策のいかんで企業の生産活動が左右される状況にある。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・官公庁関係については、予算的に前年同様ということでそれほど影響は無かったが、民間の影響が大きい。東日本大震災直後から3月一杯、4月の半ばごろと比べると、これから暖かいシーズンに入ってくるので徐々に取引先の宿泊客数、予約が増加してくる。
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・計画停電の影響はあると思うが、部品材料が安定して供給されてくれば、生産高が通常並みに上がる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・レジャー関連や食品関係も連休を前にして増産という形で出てくると思うが、前月あたりまでの落ち込みが非常に大きかったため、現状維持となるか場合によっては上向きになるか、量的にも市場も動き始めていくかと期待している。住宅関連よりもレジャー方面に付帯する製造関係が動き始めていくと見込んでいる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・就職決定率が過去最低の状況であった昨年度とほぼ同様の求人数であり、今年1年も厳しい状況がうかがえる。業種、職種ごとの差はあるが、求人数は増えてこない。今後東日本大震災の影響も出てくると思われ、明るい状況は見えてこない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・製造業、観光業の一部に東日本大震災の影響による業績不振が表れてきており、雇用調整助成金の相談も数件確認されている。今後、募集、採用計画の変更や見直しが予測され、雇用動向は予断を許さない状況にある。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・景気の二番底がやってくる。
職業安定所（職員）		・東日本大震災、計画停電等の影響により、サービス業においては利用客が減少し利益が低下、製造業では施設等に被害が生じ、休業、閉鎖があり、今後は求人数の減少、求職者の増加が予想される。	

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	旅行代理店（支店長）	・東日本大震災の関係で、今月が最低と思っている。ようやく地震後1か月半近くたったので、旅行への機運が出てきている。また気候も良くなってきたので出掛けよう、自粛は止めようというような雰囲気客の様子からも出てきているため、回復していく。
		ゴルフ場（支配人）	・東日本大震災後のキャンセルはあったが、3か月後は客の様子を見ている状況でキャンセルは出ず、そのまま予約が落ち着いている。
	やや良くなる	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・復興ムードが出てきたので、ゴールデンウィーク明け以降は良くなる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・東北方面の東日本大震災後の復興がこれからいづらか期待でき、多少良くなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・東日本大震災の影響で商品はいまだ順調な流れとは言えないが、少しずつ回復していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・一部の 카테고리では復調の兆しが見られる。余震が続くなかで不安による消費心理の冷え込みも心配されるが、一方で経済の活性化が復興の鍵となるといった報道にも後押しされるようになり、今後の需要は増える。特にアパレル関連についてはクールビズ対応商品、家庭用品では節電対策商品の需要増により、緩やかに回復していく。
		百貨店（販売管理担当）	・これから先の気温上昇を迎えるにあたり、節電による冷房の自粛などから、クールビズや夏の快適生活やアメニティ関連の需要が喚起されるとともに、トラベル需要なども次第に回復してくるため、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・今月は風評被害又は福島第一原子力発電所等の問題で、購入商品や産地等、かなり敏感な買物動向が見られた。それが落ち着き、福島第一原子力発電所や復興の国民負担の金額等が発表されることで動きに多少変更はあるとしても、期待値も含めて今月よりも良くなる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災以来、イベント、フェア又は催し物、あるいはたばこや商品が入らない等いろいろなことがあったが、昨日より今日、今日よりも明日と少しずつ落ちてきていて、今では大分良くなり、あとはたばこだけという形になってきている。5月になると一段とたばこが入荷する予定があり、そのあたりからだんだんと回復していく。また、フェアもあるので、通常に少しずつ戻っていく。
		コンビニ（エリア担当）	・復興需要の高まりで、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・復興へ向けて、良くなることを期待している。
		コンビニ（商品開発担当）	・商品の供給面では平静を取り戻してきたものの、容器包材の供給はこれから一層厳しくなる。また、小麦、石油を中心とした資源価格の上昇による商品値上げ、計画停電による影響等も不透明であり、それほど良くはならないが、現状よりは良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・計画停電が原則実施見送りとなり、1か月遅れで客数が増えてきている。また、省電力のためのエアコン自粛で、半袖ワイシャツ、清涼加工インナーの夏物需要が早くも出てきているため、やや良くなっていく。
		家電量販店（営業統括）	・4月で消費低迷が底を打ち、緩やかに回復基調に入る。4月の最終週になって生活家電を中心に節電商品への買換え、東北エリアの復興需要の拡大、企業の設備投資などで、実際の需要が伸びてきている。メーカーの商品供給に若干の不安は残るが、5月からは回復すると信じて準備をしている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の生産もままならず、納車予定もはっきりしないなかでの商談は難しく、客の購買意欲が下がっているが、中古車数は不足しており、価格が高騰している。
		乗用車販売店（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故は気になるが、東日本大震災からの復興ムードが高まり、建設業や観光業の活発化が進み、景気が上向きになる。
		乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災で中古のダンプ及びクレーン車の価格が飛躍的に高くなっている。そうした中で新車の需要については大きな変化はなく悪い状況だと思うが、中古車自体の在庫がないため、価格高騰の折、多少なりとも景気が良くなる。あくまでも震災の影響ということである。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・5～6月はショーが相次ぎ、業界全体で盛り上がってくるのが期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災以降から現在までは恐らく今までで最低であるので、これからは少しずつ良くなっていく。
		一般レストラン（店長）	・希望的観測も入るのだが、ボーナスも出るし東日本大震災の影響も大分落ち着いてくる。復旧から復興に変わってきてくれば、それなりにやや良くなっていく。
		都市型ホテル（支配人）	・自粛が和らぎ、キャンセルが復活しつつある。販売量はやや良くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人宴会は日程変更した分が6～7月にかけて復活しており、婚礼も同様に6～7月に向け変更し実施予定になっている。また様子を見ていた宴席の新規利用の問い合わせもあり、今よりは確実に良くなる。宿泊はイベントの中止分の穴を埋めるだけの客数は回復してこないと思われ、ネットを通じての割安プランでの集客が頼りである。レストラン関係は個人利用をターゲットに販促活動を続けており、今よりは回復していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響で新規来客がかなり減少していたが、徐々に戻ってくるのではないかと期待も込めて、もう少し上向きになってくる。
		旅行代理店（従業員）	・今月は底と感じており、3か月後に予約が少しずつ入り始めている。
		旅行代理店（従業員）	・業務性需要は厳しいが、観光性需要が様々なプロモーションによって回復してくる。
		旅行代理店（営業担当）	・広告効果で申込が増えている現在の状況が継続すると見込んでいる。
		タクシー運転手	・現状はまだあまり良くないが、これから東日本大震災、福島第一原子力発電所の状況が落ち着いてくれば、若干は客が戻ってくる。気温の暖かさと同時に、多少は上向いてくると期待している。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビ業界では、東日本大震災の影響で旅行等が縮小された分、家庭内娯楽のテレビに関心が向かうと見ている。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明ななか、インドアで時間を過ごす傾向が強まり、テレビの視聴時間も増加していく。
		ゴルフ練習場（従業員）	・付帯するレストラン等ではキャンセルになっていた予約等が再度入ってきたりしており、経済活動を再開している感があるため、やや良くなっていく。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で延期されていた興行が再開されることで、現在よりは好転する。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・これ以上悪くなりようがないのと、余震、停電が収まれば少しは良くなる。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・4月実績は3月11日の東日本大震災以降、受注のキャンセルが続いたため稼働は非常に低い状態だが、5、6月、特に6月あたりからの受注にはまだキャンセルが大して出ていない。そのため今の状況から考えれば2、3か月後はやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅の計画を中止する人が減ってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪すぎたので、持ち直す。ようやく来場者数の増加で、客の動きが出てきている。売主業者側も在庫整理のため値引きなどを行い、販売量がやや増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の復興計画が見えてきて、生活が少し安定してくれば、商品の動きも良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の余波、福島第一原子力発電所の状況によって、景気が非常に左右される。また買いだめというようなことに走っていけば、非常に厳しくなっていく。
	変わらない	商店街（代表者）	・今の状況がまだしばらく続く。夏場に向かって良い状況になるか、大変不安を感じている。何か経済的な刺激策が無いと、今後売上が回復するにはほど遠い。
	変わらない	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・客の様子が東日本大震災前に多少戻りつつあるが、まだ自粛ムード等が感じられるため、先は不透明である。
	変わらない	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・アナログ放送停波もあり、エアコンの時期になるので、変わらない。ただし、エアコンについては今から品薄になっているため、頭の痛いところである。
	変わらない	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・まだまだ厳しい状況が続くそうである。
	変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月も東日本大震災の影響で非常に悪かったが、今後もこの状態が続く。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・7月以降の電力供給具合で変わると思うが、当面節電を実施するうえで、エスカレーターの一部運休や什器、ライト消灯の節電により、購買意欲は前年より下がる。
	変わらない	百貨店（総務担当）	・相変わらず東日本大震災の影響は続いている。政府の対応の甘さ、夏場のピークを迎える電力問題等を考慮すると景気は変わらず、ややもすると悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・3月は計画停電の影響が大きく、前年を大幅に下回ったが、このところ春物衣料品の売上が好調で、前年を上回ってきている。また、飲食の売上也前年に戻りつつある。
		百貨店（総務担当）	・現在が底と考えており多少は良くなると思うが、節電などの影響や客のマインドがどうなるかが依然不透明である。楽観視はできない。
		百貨店（総務担当）	・いったんは底を付きそうな状況まで来ている。この5、6月は比較的持ち直すことも考えられるが、また真夏の電力需要がピークになる時に節電の動きが国を挙げて行われることを考えると、今の状況とそんなには変わらない。
		百貨店（広報担当）	・産油国問題によるガソリンの高騰や、東日本大震災による雇用の喪失、継続する余震や福島第一原子力発電所の問題など、終息の見えない問題が多数発生しており、百貨店顧客の購買行動は抑え気味になる。今後も今しばらくは景気回復の足取りは重い。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災による消費者心理上での購買意欲低迷、雇用不安による所得減等の先行き不安がまだある。
		百貨店（営業担当）	・生活必需品中心からギフトや身の回り品の購入が少しずつ増えてきているが、先の見えない状況は続いており、特に高額品の回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		百貨店（営業担当）	・依然厳しい状況が続く。旅行も減るなど外に出る機会もそう多くはなく、百貨店で買うような物は後回しになることは必至である。カテゴリ別では上回るところも出てくると思うが、この春、商品が飛んでしまった中小企業は資金繰りが大変で、売りたいけど商品がない状況である。
		百貨店（販売促進担当）	・当店は好調であるが、周辺のホテル等は非常に厳しい状況であるため、まだ不透明な部分がかかなりある。
		百貨店（販売促進担当）	・前年とはライフライン背景が異なる夏を顧客も想定できずにいるため、気候やクールビズの前倒しなど、場当たりの必需品や、情報による集団心理購買による集中先買ひも考えられる。いずれにしても夏に向けた機能性商材が中心となり、そこにどれだけ関連購買や付加を加えられるかが課題である。
		百貨店（店長）	・東日本大震災の影響も落ち着いてきているので、良くて前年並みと予測している。
		スーパー（経営者）	・ずっとあまり良くない状態が続いており、東日本大震災で多少消費が活発になったものの、またその反動が来ている。客は余計な物を買わない節約志向が強いので、このままだとなかなか難しく、良くならない。売る側でいると喚起する必要があるが、悪い状態はずっと続く。
		スーパー（店長）	・食に対する安全性ということで、福島第一原子力発電所の事故の問題がある。現に商品を産地名を記入して売っているのだが、客はそのあたりを大きく気にしており、事故の近隣地域産のものは一応手には取るが買物かごには入れない。そのまま売り場に置く様子を見ると、3か月後は良いよりは、悪いが大して変わらないという状況しか考えられない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の影響をいまだに引きずっており、また今夏も節電がキーワードとなり、客は自粛的なムードが見込まれる。間際になっての客の状況、買物の仕方は変わってくると思うが、少し読めない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災からの復興計画、福島第一原子力発電所の修復など、今直面している様々な問題を前進させ、世の中が少しでも明るくなって景気が上向くことを願っているが、2、3か月先はまだ無理である。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の後処理及び福島第一原子力発電所の事故処理の目安が付かないうちは、あらゆる産業に影響が出ており、景気回復にはほど遠い。
		衣料品専門店（経営者）	・自粛を自粛するムードが少しずつ高まってきているが、まだ旅行等の外出需要が少ない。その売上が大きいいため、前年に届くにはなかなか厳しい。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災からの復興もやっとな軌道に乗り始めている。今後の各自の努力次第である。
		家電量販店（経営者）	・東日本大震災の売上への影響は少しずつ戻ってきているが、不要不急であるハード商品の回復が鈍い。また、懸念材料として、メーカー工場への震災の影響で生産が滞ることが危惧される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・これから発売される商品や供給が伴わなければ、景気回復の兆しは見えない。
		家電量販店（統括）	・アナログ放送終了によるテレビの特需を期待するが、リビング用は既に入替えが進み、2台目3台目の中小型の販売台数が伸びる。よって、テレビの単価は改善されずに台数だけが伸びる状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・大手自動車会社の工場が今年の12月一杯までは50%の稼働率であるため、客が今新車を注文しても3、4か月かそれ以上掛かる車種もある。客に納期を十分に説明できないため、3か月先であっても状況は変わらず、それほど景気は良くなる見えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災後の影響がまだある。自粛は意味がないとマスコミ等で言っているが、かなりの自粛ムードがいまだに漂っているため、変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車検や一般整備はほぼ順調に動いているが、東日本大震災以降、メーカーでの生産中止の影響で、注文はあっても納車までには至らない。そのため、販売はできては実際には売上になっておらず、低迷している。なお、生産ラインが復活すれば、また伸びてくる。
		高級レストラン（支配人）	・当社のようなサービス業はどうしても業績回復が他業種より遅れる。夏期の節電もあり、特に大口の法人需要の利用回復は早くても1年以上は掛かるため、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で自粛ムードがかなり強く、消費も控えているため、先行きが見えない。
		一般レストラン（経営者）	・自粛から消費への変化は宴会予約ゼロから週に1つ2つと戻ってきているものの、客の精神的安定にはまだ至っていない。
		一般レストラン（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故の見通しが改善しないと、消費マインドが上がらない。
		スナック（経営者）	・今の状態が続くとやはり変わらない。夏にかけては例年悪いが、この状態が続くと特に期待できるとは思えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の復興特需もあるだろうが、福島第一原子力発電所の動きもどうなるか分からないので、非常に不透明である。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響がまだ残ると考えられるため、変わらない。
		タクシー（団体役員）	・今の自粛ムードがいつまで続くのか予測が付かない。福島第一原子力発電所の事故による節電がどこまで回復するのかにもよるが、景気回復には時間が掛かる。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響は緩和されており、CS放送の新番組も始まったため、しばらくは現状同様の動きになる。
		通信会社（局長）	・起爆的な素材としてはスマートフォンがあるが、東日本大震災関連についての政府の指針がしっかり出されないと、マインド的に停滞感が残留する。
		通信会社（営業担当）	・7月の地上デジタル放送完全移行までは横ばいの見込みである。戸建のテレビ多チャンネルサービスは頭打ちであるが、集合住宅でカバーする。インターネット及び電話サービスは引き続き堅調に推移する見込みである。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で、顧客対象である地元商店街の飲食店の利用減少や、各種イベントの中止等で消費が低迷している。
		通信会社（支店長）	・卒業、入学の学割等による盛り上がりの収束で実績は若干落ち込むものの、各キャリアがまたスマートフォンの新商品を投入することによる買換え需要を含め、それなりに維持していく。
		通信会社（営業担当）	・完全地上デジタル放送化を迎え駆け込み需要は見込まれるが、逆にアンテナ切替による解約も相当数に上る。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災による影響で木造家屋の民間客からの調査依頼が来ている。行政の仕事は耐震改修の設計が少し増えてくると見ている。新築物件は恐らくほとんどない。
		住宅販売会社（従業員）	・今後2、3か月は建築材料の調達の見通しが立たず、今の現状と変わらない。その後はプラスに展開していく。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・今後3か月くらいは悪い状況は変わらない。その後、東日本大震災の復興の需要が出てくれば、徐々に上がってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・ニュースや報道で東北の悲惨な光景や福島第一原子力発電所の事故等が非常に報じられているので、購買意欲がかなり落ちている。これは早急に回復するとは思えない。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・何とか在庫分の材料を使って製品を作っているのが現状だが、徐々にここの部品がない、素材がないといった欠品してくる物が出てきている。欠品というよりも廃番になりつつあるような商品、例えば紙製品、コピー用紙等が作れない、ファイルで発泡ポリプロピレン製の物が作れない、椅子の部品が届かない等、こういった物がどんどん出てきている。これによって売上の減少が出てくるのはやむを得ない。
		百貨店 (広報担当)	・東日本大震災による消費マインドの低下や、電力不足によって営業体制が不安定になることが予想される。売上動向の先行きが不透明であるため、やや悪くなる。
		百貨店 (副店長)	・夏場にかけて、福島第一原子力発電所の問題が未解決であることに加え、節電の問題が再浮上することで購買意欲が抑えられてしまう。
		百貨店 (営業企画担当)	・3月は東日本大震災の影響により売上、来客数ともに、30%近く落ち込んだ反動で4月売上は前年を上回っており、必需品以外は買い控えていた消費者マインドの反動が今後出てくると考えられるが、来客数は前年割れであるため、やや悪くなる。
		スーパー (店長)	・福島第一原子力発電所の事故の影響で、これからの季節、青果物などの主力産地である東北地方の打撃が大きい。相場の高騰も十分に考えられるため、顧客の買い渋りは十分に予想できる。
		スーパー (営業担当)	・福島第一原子力発電所の事故の影響度合いで、相当左右されてくる。
		スーパー (仕入担当)	・東日本大震災の被害と夏場に向けての節電の影響で、流通量が少なくなる商品が増える。また、節約ムードはますます高まり、物の動きが鈍くなる。
		コンビニ (経営者)	・コンビニ等で扱う商品が希望通り入荷しないということはまだしばらくは続く。そのため、先行きに非常に不安を持っている。
		コンビニ (経営者)	・東日本大震災の需要もなくなり、商品は逆に売れる物がなく、厳しい状況になる。
		コンビニ (経営者)	・東日本大震災の影響がいろいろな形で出始めており、これからもっと表に出てくる。
		衣料品専門店 (店長)	・夏から始まる計画停電によって客足がどう変わるかまだ予想が付かないため、悪くなる。
		衣料品専門店 (営業担当)	・東日本大震災から3、4か月たてば食品以外の買物にも目がいくと思っているが、本当に経済が安定するかは不透明である。これからの日本経済は全然先が見えない。
		乗用車販売店 (経営者)	・整備は順調に入っているものの、東日本大震災以降、あまり車を買換えるという客がいなくなっている。
		乗用車販売店 (渉外担当)	・新車実績は前年比70%減で非常に悪い。新型車の予約受注が始まり、総受注は前年並に推移している明しさはあるものの、東日本大震災による市場環境のため、全車種新車のフル生産は11月になる。この4～6月は特に悪い。
		住関連専門店 (統括)	・現状では経済の活発化が見られない状態であり、当分この景気の冷え込みは続く。
		その他専門店〔ドラッグストア〕 (経営者)	・夏の計画停電が実施されると、売上に大きく影響するため、不安要因である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 (統括)	・東日本大震災後の余震がまだ頻発していることと、夏期の電力需要増加による大規模停電回避のために電力使用抑制が求められており、15%削減は避けられない状況と感じている。そのため、客を迎える側としては現状、その状態に入った時にどのような形になるのかの見通しが立っていない。
	都市型ホテル (スタッフ)	・結婚式の見込み客の動きはあるが、自粛モードにはなっているため、成約につながらない。	
	通信会社 (総務担当)	・東日本大震災の復興財源をどのような形で工面するののかにもよるが、消費税や所得税の増税が行われた場合、家計防衛のためにますます解約が増える。	
	通信会社 (管理担当)	・やはり東日本大震災による心理的な影響は大きい。回復基調になっているといえども、まだ本来の状況までには至っていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・前年実績を見ると2、3か月後は良くなってはいるが、東日本大震災でかなり旅客が減っている動向を踏まえると旅客は若干でも減るため、やや悪くなる。
		パチンコ店（経営者）	・当業界は協同組合との間で決めごとがあり、節電の対策で7～9月に毎月3回、店休をしなければならない。そのことも含めて、なかなか厳しい。
		その他レジャー施設 〔ホール〕（支配人）	・東日本大震災被害のあおりを受け、余暇への消費が復活しそうな兆しは見えない。現在は他施設を利用して事業活動を展開してはいるが、当施設の復旧作業は当分目途が立たず、困惑している。客離れが進行しつつあり、この先の不安が増幅している。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災の影響による所得の減額により、レジャーへの消費は今後冷え込む。
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 （店長）	・来店率が落ち込んでいるなか、消費にも陰りが出てきている。電力問題でも良いニュースが聞こえてこないことで、直近での良い傾向は見込めない。
		その他サービス〔学習塾〕 （経営者）	・春期講習は計画停電等の影響で入りが悪かったため、前年度と比較して人数が少ない。この後、そのまま入る予定がないので、夏までは少ない人数で運営していかなければならない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響がこれからますます出てくる。国の対策が待たれるが、財源等も非常に乏しいなか、これからさらに良くなるよりも悪くなる。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災の影響による鋼材類の価格高騰、一部の設備機器生産ストップなど、今後の発注に影響が出る可能性がある。
		住宅販売会社（従業員）	・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。
悪くなる		商店街（代表者）	・長期の天気予報によれば今夏も暑いとのことである。節電による店舗等でのエアコンの使用制限などで、購買意欲が減少するのはと危惧している。
		商店街（代表者）	・今年の夏は電力問題がどうなるかで大きく明暗が分かれる。計画停電や電力消費を強制的に抑える政策が取られると、相当な影響が出る。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故で計画停電が行われ、その結果、売上が大きく落ち込んでいく。今後は節電を進めていきたい。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・エコポイント制度も終わり、一段落した感じである。東日本大震災後、特にエアコンなどの材料が値上がりしているため、今から確保している状態である。扇風機もメーカーによっては完売している所もある。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕 （経営者）	・東日本大震災で日ごろの商売が全くというほどに売れなくなっている。6か月ぐらいいは悪くなる状況が続く。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・福島第一原子力発電所について目鼻をしっかりと付けないと、必要最低限の食料品等は動くと思うが、それ以外の商品についての動きは鈍化する。
		一般小売店〔食料雑貨〕 （経営者）	・電力削減は大型店にとって対経費で見ても効率が良くなるようであれば、売上が減っても利益の増が期待できるので今後の方向性を見極めるチャンスととらえたいが、売上にはマイナス材料である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・余震がまだ続き、企業もお茶以外の飲料関係、主にミネラルウォーターの供給がうまくいかず、お茶屋にも問い合わせが多く、納品が難しくなっている。また大きな地震が起きてレンタル機器等が倒れて、損害が大きく膨らむ懸念もある。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後、来客が少なくなっているが、先行きがまだ不透明で自由な行動ができていない感じがある。イベント等の自粛が広がってきている感もあり、なかなか買物をする雰囲気ではないようである。
		スーパー（ネット宅配担当）	・電気料金の値上げや復興財源確保のため増税等が避けられない状況から、全体的に節約傾向が強まりそうである。夏場の電力事情から夏物商材が動くと思うが、商品の確保ができるか不安が残る。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響も当然あり、いろいろな僱事も消え、必要最低限の物しかなか買わない傾向が続く。福島第一原子力発電所の問題が収まらない限り、この傾向は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・明るい要因が少なく、売上確保のために、セール状態になっている。ゴールデンウィーク商戦でもかなりシビアな客が予想され、このまま暑くなると夏物商戦まで苦戦する。毎年恒例であった期間中のパレードも自粛され、期待感はない。
		乗用車販売店（総務担当）	・先行き不透明感があり、自動車業界に対するイメージと自粛ムードの追い討ちで、とても厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災の影響で海外からの客がゼロになり、今後先行き回復の見込みが立たず、2つあったホテルのうち1つが7月末日で営業終了に追い込まれている。長引く福島第一原子力発電所の事故の影響がどこまで続くのか全く不透明な状況で、存続も非常に厳しい状況である。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災に加えて福島第一原子力発電所の事故等もあり、風評被害も客の間では多く出回っているらしく、今後全くと言っていいほど予約もなければ問い合わせもない。暗礁に乗り上げてしまったような状況である。
		タクシー運転手	・東日本大震災でますます先が見えなくなり不安が大きくなったということが、客の中でもたびたび言われている。それがもう通常になってしまっている。
		遊園地（職員）	・計画停電が再実施される状態だと厳しいため悪くなる。
		美容室（経営者）	・やはり東日本大震災の影響で、買物をしなかったり、旅行に出なかったり、おしゃれをしなくなったりと、客は非常に財布のひもを引き締めている様子のため、悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・住宅を造る設計業務をしているが、行政の指名的なものが減ってきており、一般客の新築及び増築に対する関心度が少し薄れている。耐震はやりたいがまずはお金は使わないで自分の所で取っておくといった守りに入っている。もっとPRをしなければいけない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災後も地価は下がる方向、建物の値段は上がる方向等で、良くなる材料は全く見えてこない。
		住宅販売会社（経営者）	・経済活動を自粛するムードが広がっているために、しばらくは景気回復は見込まれない。
住宅販売会社（従業員）	・このゴールデンウィークの状況次第で傾向は変わるが、住宅展示場や各イベントの集客状況が前年比で2割近く落ちている。工事用の資材の入荷状況にも左右されると思うが、この状況下ではあまり期待できない。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	○	○
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・計画的な案件が先行き不透明な状況なので、もうしばらく我慢は続くものの、ゴールデンウィーク明けから徐々に動き出すと考えるため、現状が底だと思いたい。
	一般機械器具製造業（経営者）	・100%戻るにはまだ時間が掛かるが、自動車関係は今後メーカーのラインの稼働率が少しずつ上がっていくことにより、当社の売上も徐々に上がっていく。	
	経営コンサルタント	・東日本大震災の影響は、首都圏では一時的なものと考えている。調達先の変更による生産開始や物流が戻りつつあり、大手製造業の今までの落ち込みの取り戻しなどから、いったん景気が上向く。	
	その他サービス業【情報サービス】（従業員）	・3か月後には東日本大震災の影響が少なくなり、一部を除き通常の状態に戻っていると思うため、やや良くなる。	
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・得意先の需要が非常に落ち込んでいるが、店に来る個人客が少しずつは良くなっていくため、変わらない。
		化学工業（従業員）	・東日本大震災の影響で少しは需要が増加しそうだが、全体では大きく変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響もあり住宅関連部品や医療容器の発注は今後増加しそうだが、材料値上げがしばらく続きそうで頭を痛めている。
		金属製品製造業（経営者）	・4月に入って受注が東日本大震災前の状況に戻っている。計画停電も落ち着けば、売上は確保できそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・福島第一原子力発電所の修復がいつになるのか分からない状況下では、空調機の販売は見通しが立たない。節電や省エネばかり言われ、商売は上がったりである。
		建設業（経理担当）	・東日本大震災以来、工場生産の材料が手に入りにくくなっている。高値方向に向かっているにもかかわらず低価格競争が続き夏に向かっても良くなる材料が見付からない。
		通信業（広報担当）	・本格的な回復軌道に乗るのは早くても7～9月期以降になるため、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（支店長）	・東日本大震災の復興計画や停電、節電に関することがまだ明確になっていないため、そのあたりが明確になれば変わっていく。
		金融業（役員）	・東日本大震災による生産又は売上の減少や、この夏の停電問題等によって、景気はしばらく厳しい状況が続く。
		不動産業（総務担当）	・東日本大震災の影響で最新ビルの需要が高まっているようである。古いビルは耐震性などテナントからの問い合わせが多くなっている。裏付け資料を元にきちんとした対応をしないと退去されてしまう心配が付きまとう状況である。
		経営コンサルタント	・建設業、卸、小売業などは今後、復興需要で勢いが出てくる可能性がある。しかし、サービス業は平常消費に戻るまで時間が掛かる。
		税理士	・建築資材は被災地に優先され、首都圏の供給は満たされない。電力不足による営業時間の短縮は今後も続き、夏場の節電はかなり響く。
		社会保険労務士	・東日本大震災の影響等もあり、良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・景気回復を期待したいが、停電の影響が読めないため、変わらない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・夏に向かって計画停電や長期夏休みも予想されるため、セミナーやイベント等の撮影が増えていくとは思えず、このまま下げ止まりの形でいく。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・公共事業の受注もすぐには回復の見込みがない様子である。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・イベントの延期が中止になることも今後増えそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響と思うが、仕事の内容が大分少なくなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業界の動向が上向きになる要素が何もないため、良くなるという希望は全然ない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・非常に不安定な経済状態である。東日本大震災だけでなく放射線による海外からの風評被害等も懸念材料である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・売上はマイナス25～30%くらいかと思うが、その先のことは、自動車関係でいえば部品不足によって組み立てができないため、よく分からない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・得意先の話では、客数がかなり減ってきていると同時に、安い商品を開発しているということである。売行きはかなり落ちているようである。
		建設業（営業担当）	・今回の東日本大震災により木造、鉄骨造に関する耐震への不安が顧客に走っており、消費税増税と合わせて耐震補強工事を検討する顧客も増えている。しかし、震災後の影響で資材の搬入、購入が遅れており、引き渡しができず、顧客との工期延長に関する折衝をしながら、最終残金の入金対応に追われている。
		金融業（支店長）	・東日本大震災の復興にはかなりの時間を要するということで、原材料不足はまだ続きそうであり、このまま仕事ができない状況が当分続く。売上は減少、資金繰り的にもかなり厳しくなるので、条件変更、自己破産、倒産が増え始めていることを考えると、やはり下向きである。
		金融業（渉外・預金担当）	・福島第一原子力発電所を始め、仮設住宅などの対応が非常に遅く、どこに原因があるのか皆分からない状態が続いている。方向性やスケジュール観が具体的にイメージされない限り、本格的な回復は望めない。一言でいえば、じり貧である。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災や原油価格上昇の影響で、商品材料の値上げ要請がある。商品の値上げができないため、利益減少が見込まれる。
悪くなる	広告代理店（従業員）	・東日本大震災の影響でイベント、宣伝の中止もしくは規模縮小が続き、売上が落ち込んでいく。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行き不透明感の根強さに加え、厳しい価格下落傾向並びに原材料の値上げも重なり、低迷状態がしばらく続きそうである。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・東日本大震災の影響が大きく、やや悪くなる。	
	繊維工業（従業員）	・仮に福島第一原子力発電所の事故が早期に収束したとしても、風評被害を含め、景況は今後も当分回復の目途は立たない状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・東日本大震災による計画停電等、相次いで影響が出てくることは確実で、その波及による悪材料があり過ぎる。
		建設業（経営者）	・公共事業も少なくなっているし、民間も設備投資を控えるようになっている。
		輸送業（経営者）	・自動車の部品は前月14日から既に休業状態で、メーカーが完全に休んでいるため運ぶ品物が無い。また、携帯電話のマニュアルについても、いつ発送ができるか分からないという話である。先は真つ暗で、何とか明るく、少しでもと望みを掛けているが、どうなるか心配でならない。
		輸送業（経営者）	・被災地の復興計画が順調に進み実施に入れば、ある程度の景気回復は見込めるが、放射線が非常に大きな話題になっているため、その影響を考えると景気の浮揚はまだ難しい。
		輸送業（経営者）	・燃料価格が急騰して高値の状態が続いており、この先まだ上昇する可能性が大きいとのことである。現在、売上が減少又は低迷しているなかで、経営に掛かる負担増が大変懸念さ
		輸送業（所長）	・燃料価格がこれだけ高騰してくると荷主に値上げ交渉をしなければならぬが、東日本大震災で物流が停滞気味のため、それどころではないといった空気が出始めている。結局、運送会社が負担しなければならず、厳しい状況が続く。また、どこの客に聞いても前半はあまり物が動かないとの見通しである。復興が始まるのは9～10月ぐらいと見ているため、それまでは厳しい。
		輸送業（総務担当）	・東日本大震災からの復旧に必要なライフライン関連製品でも、出荷が決まっていない。メーカーのラインも電力の関係で変則的な操業になっている。物流業者も変則操業に合わせて夜間の対応などで手当等が増え、経費増である。
		金融業（従業員）	・東日本大震災の前まで景況感はずかには持ち直しの動きを示していたものの、震災後の生産の停滞や計画停電の実施などの影響から、悪化傾向の強まりが懸念される。
		金融業（支店長）	・東日本大震災による直接的な被害は判明してきたが、2次的な影響についてはこれからである。計画停電、節電の影響、消費の落ち込み等、未確定の要因が多いため、企業の中には予算を組めない所もある。
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災の後遺症が明確化している時期であり、復興初期の局面では広告の出番は少ないと思うが、仕方ない。ひたすら耐えるしかない。
広告代理店（営業担当）	・夏からの電力調整がどのように作用するか分からない。イベントものが多い分、かなり厳しい。		
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・自粛の雰囲気は回復すれば、今よりは上向きになる。
	変わらない	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の製造ラインの体制が整えば、また求人も少しずつ前に戻る。今の状況が非常に悪いので、これから徐々に良くなると確信している。
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災の影響で新たに発生した損害保険会社の対応業務は減る見込みであるが、地上デジタル放送への変更を7月24日に控えており、最後の切り替えのための業務は増える予定がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用数が増えない限り、現状から大きな景気浮揚は見込まれない。
		人材派遣会社（営業担当）	・夏に向けて節電対応による影響が縮小という形で表れる。首都圏から西日本方面に業務を動かす計画の企業も出てきている。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣の依頼は堅調に推移する見通しだが、人材紹介の依頼が減ってきている。企業側も業績の先行き見通しが立たず、採用を手控えている状況がうかがえる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用プロセスの変更は学生、中堅企業に混乱を招く。6月に大手が決まり始めると、既に内々定を出していた中小企業の内定辞退が発生する可能性がある。その対応に関する問い合わせは増えるだろうが、追加的な採用広報は限定的で、採用情報業界へのプラスはない。
求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災の復興ニーズが顕在化するの、もう少し先である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響はまだまだ続く気配であるが、公共事業など復興の兆しが出始めれば消費ムードも高まり、様々な業種で求人が増える。夏は計画停電等もあり、動きが出るのは秋以降である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・結局のところ、従来の主だった客の発注がどんどん減っていくなかで、新規客でそれを補う形で来ている。夏に向かって少しずつ下がっていく傾向にはあるが、何とか現状維持でいく。
		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請が増加している状況と、福島第一原子力発電所の事故処理の遅れによる風評被害、夏場の電力不足等が心配されることから、現状と変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・少しずつは回復していきが、3か月は様子見が続く。その先は国内の復興需要に合わせて活況になるのか、グローバルの流れのなかで景気がどうなっていくかが見えない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・東日本大震災の影響から業績予測が立たず、今後も新卒採用を見送る企業が減少する見込みがない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災よりも福島第一原子力発電所の関係で、物流、作業者等に非常に支障が出ている。これから良くなるとは夏に向けて考えられないという経営者が多く、中国へ再度行こうかというような人も多い。
		人材派遣会社（社員）	・各メーカーの生産回復次第である。電力不足やサプライヤーの部品の供給回復が長引けば、製造関連会社の雇用も停滞する。
		職業安定所（所長）	・東日本大震災の影響は地域的には意外に少なく、求人も減ってはいない。しかし現在も進行中の危機と言うべき福島第一原子力発電所の影響を考えると、当面、景気が良くなるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・今回の東日本大震災の不景気要因は、短期間では回復しない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題で、最終役員面接まで決まっていたものが外国人役員の緊急帰国でストップし、急停止状態となっている。国内企業の中途採用も実質上ストップしている。復興需要は、中途採用面ではまだ期待できる所にも来ていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の影響で、やや悪くなる。
	悪くなる	学校〔短期大学〕（就職担当）	・以前から景気が悪い状態だったが、東日本大震災で各業界は更に低迷の状況である。景気が良くなるには相当な月日を要する。
人材派遣会社（営業担当）		・東日本大震災の影響で自動車系部品製造会社の生産計画が不透明な状況で、人員調整を行わざるを得ない。今後においても業績低迷に伴い、派遣縮小がますます加速する。	
求人情報誌製作会社（広報担当）		・被災地支援や外国人労働者の穴埋めのため、期間労働者やアルバイト求人は一時的に増えるだろうが、産業が正常化しない限り、正社員の採用は好転しない。フリーターを爆発的に増やすだけである。	
		職業安定所（職員）	・東日本大震災による消費マインドの低下等で来月以降、慎重に様子見している企業が多いため、悪化する。

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・東日本大震災の影響による自粛ムードは残るものの、客との会話の中では、外食の機会を増やしたいという話も出てきている。
		スーパー（店長）	・あと2、3か月もすれば、停滞している各商品の供給や工場の稼働率も回復すると思われ、景気は上向いてくる。ただし、小麦粉を始めとする商品値上げが今後出てくると、非常に不透明になる。
		スーパー（店員）	・東日本大震災の影響に伴う旅行や外食のキャンセルにより、家で過ごす人が増えて、食料品店の売上は増加が見込まれる。
		コンビニ（企画担当）	・東日本大震災から復興し、生産が回復してくれば、消費もある程度回復する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災に伴う購買意欲の減退は徐々に解消し、売上も回復する。
		コンビニ（エリア担当）	・今は厳しい状態にあるが、今後東日本大震災から復興するにつれて、商品の供給や工場の稼働が回復するため、景気は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・今の状態がずっと続くことはなく、3か月先にはある程度回復している。自動車生産の目処が立ってくれば、市場は活気付く。
		スナック（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛は、少しずつ回復する。ただし、夏のボーナスが削減されるという話もあり、厳しい状態は続く。周囲では、閉店する店が出てきている。震災の影響は今後も続くため、今後も閉店する店が多くなるのではないかと心配している。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛やイベントの延期等が減り、今後は良くなる。ただし海外客は、相当の長期間、回復しないのではないかと。
		旅行代理店（経営者）	・大企業が長期の夏季休暇を推進することにより、旅行需要は増える。
		美容室（経営者）	・客は、今はイベント等を楽しむ気分になれないという様子であるため、2、3か月先に少し状況が落ち着けば、少しずつ回復するのではないかと。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の購入量や客単価が全く伸びてきておらず、購買意欲は低くなっているため、今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・全体的に購買意欲は少し見られるようになってきているが、今後もあまり変わらない。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響による商品供給の遅れはしばらく続きそうであり、完全に回復するのは夏以降になりそうである。また今後、アナログ放送の終了により、テレビの需要はある程度増えるが、単価が低い小型商品の割合が高く、販売増は期待できない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・東日本大震災からの復興が本格化すれば、多少は上向きになる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・当地域の景気は一段と落ち込んでおり、倒産や閉店は今後まだ出てくる。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・福島第一原子力発電所問題の不安を抱えたままの生活では、消費は回復してこない。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・これから中元シーズンが近づくが、東日本大震災のある程度の影響は避けられない。
		百貨店（売場主任）	・日用品は今あるもので済ませようとする節約志向は、まだまだ続く。
		百貨店（売場主任）	・服を買ったらお金がないので靴の購入は今度にしようという客が、最近増えている。客単価は低いものの、売上は徐々に出てくるため、すごく売れるということを期待せず、少しずつ売れば良い。
		百貨店（経理担当）	・東日本大震災の影響は、収束しつつあるように思われるが、今後についてはよく分からない。
		百貨店（販売担当）	・ミセス層は世の中の空気に敏感に反応するため、首都圏ほどではないにしても、節電や福島第一原子力発電所問題等の不安やメーカーの減産に影響を受ける可能性が高い。今後少しずつ改善しつつも、完全な回復は困難であり、この傾向は当面続く。
		百貨店（店長）	・先行きが不透明であり、気温の上昇も遅れていることから、春物や初夏物の衣料品の動きは改善しない。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・節電対策の関連商品が出てくるが、企業の業績悪化に伴う経費の圧縮により、中元ギフトの大幅減が見込まれる。
		百貨店（販売担当）	・東日本大震災からの復興や福島第一原子力発電所問題の状況がどうなるかで、かなり違ってくる。
		百貨店（経営企画担当）	・東日本大震災前の水準には回復していないが、ここ2～3週間の動きは安定しており、この状況は当面続く。
		スーパー（店員）	・東日本大震災の影響もあり、余分に購入しない傾向は今後も続き、販売量は増えない。
		スーパー（総務担当）	・明るい材料は少なく、当分の間、今の悪い状況で推移していきそうである。
		スーパー（営業担当）	・東日本大震災に伴う自粛などにより、消費の低迷は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・2～3月は多少動きが良くなっていたが、東日本大震災以降、その動きは止まっている。2、3か月先も、現在の状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響もあり、明るい兆しはなく、景気が悪い状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客は来店すればそれなりに商品を購入しており、今の状態が今後も続く。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産が回復すれば少し変わるが、2、3か月先ではそれほど変わっていない。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産は再開されたものの、正常な状態にまで回復するには、まだ時間が掛かる。客からは、納期がはっきりしない中では検討もしづらいつらいつと言われる状態にあり、東日本大震災の影響で、購買意欲も減退してきている。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響で、自動車の生産台数は2、3か月先も回復しないため、現状が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況を見ると、来客数は東日本大震災以前の水準に回復できれば良いほうであるが、復旧、復興が遅れば売上は下振れする。
		都市型ホテル（営業担当）	・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（従業員）	・東日本大震災の影響で旅行を取り止めた客が、改めて旅行を計画する状況にはない。また、新たに旅行を計画する客が例年と比べて増加するとも考えにくい。今の厳しい状況はまだ続く。
		タクシー運転手	・夜の繁華街の人出は、1年ほど前から少ない。また、東日本大震災の影響で、繁華街での飲食をますます控えている。2、3か月先も悪い状態が続く。
		タクシー運転手	・このところ、通勤特に帰宅時のタクシー利用客が、極端に減っている。デパートでの買物帰りの客の利用も、目に見えて減少し始めている。この先回復する気配も、全く感じられない。
		タクシー運転手	・福島第一原子力発電所問題が解決する目処が立たず、名古屋でも外国人客はほとんど見当たらない。工場の稼働率が低い状態もまだ続く中、明るい材料はなく、厳しい状況は続く。
		通信会社（企画担当）	・取引先のメーカーから放送機器やメディアが入荷する目処は立っていない。節電、建設資材の不足など、様々な方面で東日本大震災の影響は続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・前年に比べると、5月の予約数は好調である。しかし、ゴールデンウィーク中の来場者数は今一つであり、6月の予約数も前年に比べると少し低調である。しばらくは来場者が多くなるとは思えず、低調のまま続く。
		住宅販売会社（従業員）	・社会全体に自粛ムードがあり、経済は冷え込んでいる。夏に向けて、更に冷え込みは続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔書店〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、仕事量が減り、休業日が増えて、給料も減ってきたと話す客が非常に多い。その影響が、今後も徐々に出てくる。来客数は増えても、販売量がそれに比例しないという傾向は、まだまだ続く。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・企業収益や家計所得は減っており、最初に交際費が削られる。贈答品の需要は先細りし、3か月先は少し悪くなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・当地域は製造業者が多く、東日本大震災の影響で材料や部品が入手困難であるため、減産したり休業したりしている。関連する多くの会社も大きな影響を受けており、当店の客も影響を受けている。そのため、日常生活の多くの面で出費を抑えている様子が見られ、悪い状況は当面続く。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・東日本大震災の影響で、先行きは非常に不透明になっており、まだ困難が予想される。特に夏場の計画停電など、非常に難しい。景気が良くなる状況にはない。
		百貨店（販売担当）	・高額品の動きが非常に悪く、この傾向は今後も続く。
		百貨店（営業企画担当）	・当地域での東日本大震災による直接的な被害は小さいと思われるが、間接的な影響は大きく、高額品の需要の減少は避けられない。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス時期に入るが、ボーナス金額が増えるという企業は非常に少ないと思われる。また、東海地域では計画停電等の直接的な影響はないと思われるものの、休業日の増加や勤務時間が短縮される可能性はあり、先が見えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・東日本大震災の影響が、3月から急激な落ち込みが続いており、消費者の財布のひもが固い状況はまだ続く。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災による心理的な影響は3か月先もまだ残り、積極さはまだ出てこない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響は、当分解消しない。地元の自動車関連企業の稼働率も、そう簡単には戻らない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響や、計画停電に伴う商品調達の困難は、まだ続く。家庭内で食事する傾向が今後も進む一方で、商品がそろわず購買が進まないことから、景気はやや悪化する。
		スーパー（店員）	・先行きは不透明であり、良くなる兆しは全くない。
		コンビニ（店長）	・たばこの仕入れ制限により、来客数の減少やたばこの売上の減少を招く。
		家電量販店（店員）	・アナログ放送が終了するが、テレビの価格は大幅に低下している。また、安価な地デジチューナーで済ませようという傾向も見られる。
		家電量販店（店員）	・東日本大震災以降、新店舗の建設計画は、かなり見直されている。資材価格の高騰というよりは、資材が入荷しないため延期するという理由が多い。東日本大震災の影響で、当面、足を引っ張られる。
		乗用車販売店（従業員）	・単価が今以上に低下することはないが、販売量が増える要素もなく、全体としてはやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月間は、目標を下回る。ただし、キャンペーンや特別仕様車の投入等もあり、平年並みに近づく手応えはある。メーカーの生産設備もかなり復旧してきており、納期がかなり早くなってきている車種もある。来月にはある程度の目処が立つため、あとは冷え込んだ客の購入意欲が回復することを待つばかりである。
		住関連専門店（営業担当）	・東日本大震災の影響で、一般の持家住宅や分譲マンションでも建築資材が値上がりしており、客の様子見傾向は強くなっている。また、企業の設備投資も様子見の傾向が強くなっている。今の状態は、秋頃までは続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が減少している。
		都市型ホテル（経理担当）	・東日本大震災以降、関東方面への宿泊客数や、中国、韓国からの旅行客数が減少している。
		旅行代理店（従業員）	・今夏の旅行キャンペーンを実施しているが、東日本大震災の影響がまだ非常に大きく、今年の夏商戦は例年に比べてかなり厳しい。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で、部品入荷の遅れに伴う計画変更が発生しており、予定していたサービスの開通工事ができなくなる恐れがある。
		観光名所（案内係）	・収入が減っており、消費に回す余裕のない人が多くなっている。景気が良くなる兆しは全くない。
		パチンコ店（経営者）	・東日本大震災の影響で、自粛ムードが高まっており、景気の先行きも不透明である。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響で、建築資材が不足している。そのため、設計もしばらくは保留は続く。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・企業からの設備投資の引き合いが皆無である。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・周辺の商店街では、今月2件の閉店があるなど、閉店する店が目立っている。今後も景気は良くならない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の買物客は、大半がし好品が目当てであり、節約志向が強い中では、今後も厳しい。また、ウインドショッピングの客も含めて、来客数が減少することは間違いない。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・福島第一原子力発電所問題が、今後も食品業界に悪い影響を与え続ける。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災以降、景気は急速に冷え込んでおり、回復の兆しも見られない。今後は福島第一原子力発電所問題の長期化により、消費意欲は更に冷え込む。また、復興のための増税論議も、景気を引き下げる。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛で地域の大きなイベントが全部中止になり、鉄道、バスの輸送業、観光業、サービス業等が大きな影響を受けており、景気の先行きが見えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業企画）	・東日本大震災に伴う自動車を中心とした製造業の停滞の影響が、これから更に厳しく出てくる。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響で、主力商品の入荷がままならないため、どうにもならない。
		コンビニ（商品開発担当）	・商品供給は回復してきているが、自動車関連の製造業に影響が出ており、従業員の所得の落ち込みが大きい。すぐに元には戻らない。
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数の減少に加えて、東日本大震災の影響で自動車の生産が停止しているため、登録台数も大きく減少している。カーナビ等の供給もかなり少なくなっており、ただでさえ売れないのに、納期の見通しも立たず、非常に厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で、何かと自粛する傾向が強い。財布のひもは固くなっており、今後も厳しくなる。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・東日本大震災後、購買意欲が低下している。余震や福島第一原子力発電所問題が一段落しない限り、低迷は続く。
		一般レストラン（経営者）	・どの業種も本当に不景気であり、様々な面で東日本大震災の影響を受けている。今後も厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先も、関東ではまだ余震が収まっておらず、福島第一原子力発電所の問題もある。西日本の客は東日本には行きたくないということで、名古屋、大阪方面からの来客数は回復しない。旅行、レジャーや宿泊産業が動き出すのは、日常生活の安定を取り戻した後になるため、当分悪い状況が続く。
		観光型ホテル（販売担当）	・4月だけでなく5～7月の全国規模の会合も、すべてキャンセルされている。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響は、半年以上続く。福島第一原子力発電所問題も含めて、復興の先行きが見えてこない限り、景気の回復は難しい。
		旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所問題が収束する見通しが立たない限り、海外からの来客数の減少は続く。関連産業は倒産、廃業に追い込まれる。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響で、全国的な出控えや海外客の減少は、今後も続く。
		テーマパーク（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で、消費の節約は今後も続く。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、仕事がなくなったとか、給料が減っているとのことであり、今後も厳しい。
住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響により、今後良くなるとは思えない。		
住宅販売会社（従業員）	・地震に備えて、自宅の耐震診断を行い、増改築するという客は見られない。いざという時のために、今は住宅に投資せず貯蓄するという考えが強い。今後も厳しい状況が続く。		
住宅販売会社（業務担当）	・東日本大震災の影響により、厳しい状況が続く。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		電気機械器具製造業（経営者）	・今後、当社の新製品の売上が期待できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で、受注量がやや増加することが見込まれる。2、3か月先には若干上向く。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・東日本大震災の影響は特になく、仕事量はどんどん増えている。今後もこの調子で良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・東日本大震災からの復興に伴い、福島県から北の被災地域に向けた荷物量が増加している。今後半年間ほどは、このような荷動きが活発になる。
		金融業（法人営業担当）	・今後自動車の生産が増加していくにつれて、部品メーカーの受注量も徐々に回復していく。当地域では生産設備は被災していないため、生産の回復につれて、企業業績も少しずつ持ち直す。
		行政書士	・東日本大震災からの復興に伴い、今後は物流の動きが出てくる。
		会計事務所（職員）	・今後1、2か月間は東日本大震災の影響が続くが、部品や材料の供給が回復すれば、復興特需もあり、生産や販売は増加すると話す事業者が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響は、2、3か月先には少なくなっている。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・東日本大震災の影響で自動車が減産している割には、関係する取引先からの注文量は減っていない。今後も落ち込みは特に出ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状が改善する要素は見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・東日本大震災の影響で、完成車メーカーからの自動車部品の注文数は、3か月先も今と同程度である。5割程度の稼働率では、黒字にはならない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・工場の稼働を再開しているが、部品調達面での問題探しが目的という面が強く、復旧が進んでいるとは言えない。この状況が、あと3か月程度は続く。
		建設業（経営者）	・当地域では、東日本大震災による直接的な被害はなかったこともあり、それほど深刻ではない。現在の状況が今後も続く。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災に伴う部品、資材の不足による生産の停滞や消費意欲の低迷は、今後も続く。
		金融業（企画担当）	・東日本大震災の影響がどの程度であるかを見極める必要があるとの認識を持つ企業、個人が多く、非常に慎重である。夏には計画停電も予定されており、影響がもう少し明確になるまでは、景気は変わらない。
		広告代理店（制作担当）	・東日本大震災の影響で、これまでほとんどの企業が広告を自粛していたが、今後は少しずつ回復してくる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・東日本大震災後、創立記念旅行等を自粛していた会社が、夏に再度計画する動きがある。その一方で、自動車関連は3か月先も例年の75%ほどしか仕事がないのではと懸念している。業種によって差が大きいですが、全体としては変わらない。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・2、3か月先に東日本大震災の影響から抜け出せるとはとても思えず、今後も厳しい状態が続く。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・東日本大震災の影響に伴う物資の入荷の遅れはあと1か月ほどで解消するが、景気はあと2か月間は良くならない。
		やや悪くなる	
化学工業（企画担当）	・東日本大震災の影響による原料調達の問題や、福島第一原子力発電所問題に伴う海外からの日本製品への不安の拡大により、景気は減速する。海外経済は回復基調にあるため、原発問題が一定の解決に向かえば、回復に向かうことも考えられる。		
金属製品製造業（従業員）	・販売価格は上向かないが、仕入価格の上昇は止まらないため、利益は圧縮される。		
一般機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で部材が入荷せず、受注している設備の出荷ができないため、資金繰りが悪化する。また、部材の入荷の遅れにより、新規の受注もできない。		
輸送業（エリア担当）	・当地域の自動車関係では、東日本大震災に伴う部品供給の不足により、生産調整している。今後は物流も減少する。		
輸送業（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、自動車メーカーが通常の操業に回復していないため、関連会社への注文も減っている。それにより、企業間の荷動きも減っている。この状態は、今後も続く。		
輸送業（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、自動車関連の仕事量は半分以下になっており、当面回復しない。また、燃料価格が前月と比べて1リッター当たり約15円も高騰している。今後は一段と厳しくなる。		
通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響が出てくるのは、これからである。当面、景気はやや悪くなる。		
不動産業（管理担当）	・リーマンショックの影響による家賃の引き下げ交渉が収束してきたところに、東日本大震災が発生した。この影響は徐々に出てきており、今後は経費を圧縮する動きも出てくる。		
悪くなる		食料品製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響で、原材料の調達に支障が出ている。また、福島第一原子力発電所問題の影響により、食品に対する意識も高まっており、消費意欲は全体的に減退傾向にある。今後は、関東での計画停電の影響も出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・主要取引先では、今後数か月間減産が実施される。そのため、当社の段ボール箱の生産量は、かなり減少する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指数となる住宅着工件数は、平成22年9月～11月の累計が216,226戸であったのに対し、平成22年12月～平成23年2月の累計は203,478戸であり、5.9%減少している。
		鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災からの製造業の回復は非常に遅く、当面受注量が大きく伸びることはない。年末頃になってやっと震災前の水準に戻るのではないかと話す取引先が多い。
		金属製品製造業（経営者）	・予定する案件の見積金額は、前月までと比べても大きく低下している。今後の景気も悪くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今後在庫切れが発生し、本格的な在庫調整に入る5～7月は景気の底になる。部品供給の回復には半年間は掛かるため、前年並みの稼働に戻るのには年末と予想している。
		輸送業（従業員）	・東日本大震災の復旧に伴う費用負担と原油価格の高騰により、今後の景気は悪くなる。
		通信会社（法人営業担当）	・東日本大震災の影響により、資材調達が激減している。大手自動車メーカーを始めとする自動車産業の生産縮小や、福島第一原子力発電所問題に伴う農水産物への被害と海外からの観光客数の減少に加えて、復興税の新設の検討もされており、今後の景気は一段と厳しくなる。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災の不動産事業への影響は、これから大きくなりそうである。
		公認会計士	・自動車メーカーの生産が完全に回復するには時間が掛かりそうであり、中小企業の操業度の低下は今後も続く。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・大手自動車メーカーの稼働が回復しない限り、関連企業の稼働も低く、ひいてはIT関連の投資も減少する。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・研究開発需要の増加傾向は今後も継続し、広がりも出てくるため、技術者派遣の需要も増加する。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィーク中の予約状況は非常に悪いが、ゴールデンウィーク明けの週からは、週末を中心に平日の予約状況も良く、派遣求人数は増える。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災からの復興には時間が掛かり、東海地域の求人数等の低調も当面続く。
		職業安定所（職員）	・部品調達の問題が解消する目処がまだ立たない状況にあり、休業補償や雇用調整助成金の申請をする企業は今後も増加する。
		職業安定所（職員）	・部品調達等の問題はかなり落ち着いてきており、もう少しで良くなると思われるが、2、3か月先では変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・ここ数か月間は、東日本大震災の影響で景気は悪くなる。派遣注文はほとんどなく、指名解雇を実施する企業も出てきており、非常に厳しい。
		人材派遣会社（社員）	・正社員の採用を取り止める企業が増加しており、今後は厳しくなる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連企業の動向が、今後現状よりも良くなるとは考えにくい。派遣期間の契約満了に伴い、派遣契約数は自然に減少する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・自動車関連では本格的な生産を再開しておらず、見通しも厳しい。東日本大震災の影響で、今後どうなるか分からない状況は当面続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、非常に減少している。4月は前年同月比マイナス20%弱となっている。求人数が減少し求職者数は増加する傾向は、しばらく続く。
民間職業紹介機関（営業担当）		・当地域は製造業者が多く、東日本大震災の影響は今後大きくなる。また、労働者派遣法の改正に伴い、契約終了数は引き続き増加する。	
学校〔専門学校〕（就職担当）		・東日本大震災以降、業績の先行きが不透明であるため、東北地域での採用には消極的になっている。東北在住の求職者は、関東での採用枠に含める方向である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響によるイベントなどの自粛は、2～3か月先には収まり、徐々にではあるが復活するであろう。たばこも入荷が少しずつ増加しており、2～3か月先には安定した入荷が見込める。現状より悪くなることは考えにくい。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・前月のようなキャンセルが目立っていることには変わりないが、やや持ち直している。自粛を控えようと各方面でのキャンペーン効果が出ている。案外持ち直しは早いのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響でたばこの入荷が少なくなっているが、今後徐々に緩和され、入荷が通常に戻れば、客は今までと同じような量を購入でき、客数、客単価は上がってこよう。
		家電量販店（店長）	・アナログ放送終了によるテレビの駆け込み需要が増える。省エネ志向によりエアコンなども高単価商品の傾向が強くなる。
		家電量販店（店長）	・省エネ商品への買換えや太陽光システムなどの問い合わせも増えているため今後は回復する。7月にはアナログ放送も終了するため切替需要の駆け込みも期待できる。
		一般レストラン（スタッフ）	・関東方面で年に1回帰省していた人達が、今年はゴールデンウィーク、夏休みにも子供連れで帰省する。また、ゴールデンウィーク明けには、工業製品製造メーカーも生産体制が整いつつあると聞く。しかし、石油製品・ガソリンの値上げで、包材・運賃などの値上げ要請があり、自社においても経費増は避けられない。
		旅行代理店（従業員）	・自粛ムードが払しょくされることを期待している。特に、日本を脱出して海外旅行への動きが活発化すると予想するが、一方では原油高の影響による燃油サーチャージの大幅値上げが懸念事項となっている。全体的には、今の状態よりは改善されていると予想する。
		旅行代理店（従業員）	・現状は過剰反応であろう。キャンペーンなどにより旅行復活の兆しがあり、幾分戻ると予想している。
		競輪場（職員）	・4月中旬から競輪開催が復活した。今後の売上がどう推移していくかは現段階では不明だが、最悪の状況は脱した。
		変わらない	商店街（代表者）
一般小売店〔精肉〕 （店長）	・東日本大震災の影響でいい面も悪い面も出ている。今後どうなるが全く予想がつかない。		
百貨店（売場主任）	・回復傾向になりつつあるが、客の買い控えはしばらく継続する。ただし、一部には冷房費など経費削減による室温上昇がファッションに与える変化での対応需要が見込める。		
百貨店（営業担当）	・来客数自体は復調しているため、買物意欲はあると思われるが、買物件数に復調の様子がうかがえない。そのため、2～3か月先は不透明である。		
百貨店（売場担当）	・来客数は伸びておらず、単価も前年同月比95%と上がってこない。東日本大震災の被害は落ち着いてきたが、原子力発電所が近くにある地域のため、放射線の心配が大きく、生活不安の声を多く聞いている。そのため、生活必需品以外の購入をためらっていたり、趣味・嗜好品の購入を止めたり、後回しにしている。		
スーパー（店長）	・東日本大震災の復興が進むにつれて、衣料品、食品など品目を問わず、様々な需要がさらに拡大するだろうと感じている。		
スーパー（店長）	・徐々に商品入荷が回復し、行事などの開催も通常に戻り、普段通りになると予測するが、景気が良くなるとは思われない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店舗管理）	・東日本大震災後の各商品の供給状況は、大きく回復が見込めない。
		衣料品専門店（総括）	・子ども手当の見直しや「休日上限1000円」の高速道路料金割引制度の中止、ガソリンの高騰などで生活防衛意識が高く、消費が上向くとは思えない。
		家電量販店（経営者）	・7月のアナログ放送終了に伴うテレビ駆け込み需要後の売上低下、エアコンの前年猛暑による売上不透明感といった厳しい予想はあるが、太陽光発電や省エネ家電のイメージが高まり十分にカバーできる。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の引き合いから考えると、新車は当面、需要も供給も落ちる。一方で中古車の相場が上昇しているため、新車の売行きにどう影響を与えるか注目している。結果としては大きく変化しないと予測している。
		自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送移行による特需予想で、ある程度の見込みが考えられるが、高速道路料金引下げ廃止などもあり、全体的な回復には向かわないと判断する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・東日本大震災の復興需要が少しはあるようだが、目に見えて効果があるほどのものではなさそうである。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・来店頻度、購入数量に変化は見られないが、同じ用途の商品ならば少しでも安く求めたいとする消費者の行動はしばらく変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・5～6月の団体は例年の60%の予約状況である。東日本大震災の1か月後あたりから、予約が戻っているが、例年の数字には程遠い状況となっている。
		観光型旅館（経営者）	・東日本大震災後、ゴールデンウィークは個人客を中心に宿泊者数は例年並みに戻っているが、団体客は予約が少なく夏休みまでは厳しい状況が続く。
		観光型旅館（スタッフ）	・5、6月の予約状況は前年同月の60～67%と旅行自粛の影響が出ている。今月中旬から個人の予約に動きが出てきたものの、予約の先読みは難しい状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所事故の収束が見られない限り、宿泊の回復はなく、宴会、レストランなどにも影響がある。予約は前年の半分程度と低調である。
		タクシー運転手	・自粛ムードは徐々に解消されるが、一度急激に悪くなったものが元のように回復するには時間がかかる。
		通信会社（社員）	・情報通信機器の部品の調達が順調になるまで、もう少し時間がかかるものと想定される。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの需要は相変わらず増えているものの急激な伸びではなく、消費者の買い控え傾向も見られる。
		通信会社（役員）	・前年度に取扱を開始した電話サービスは、引き続き高水準の獲得を目指し営業活動を展開している。現時点で実績もほぼ目標通り推移しており、今後の大きな収益源になると予想している。
		通信会社（営業担当）	・新商品発売に伴い、本来であれば販売が伸びると思われるが、在庫が潤沢に回るかが疑問であり、既存在庫数をみても販売を増やせない。
		住宅販売会社（従業員）	・当地においては、東日本大震災による経済活動への影響がそれほどないため、また、自粛ムードも大きな影響が出るほどではないため、前年並の販売が見込めそうである。建設資材の納入も回復に向かっており、販売活動に影響は無い。
	やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・東日本大震災の影響で自粛モードになっている。また、政府の対策の遅れなどから景気が良くなるとは考えられない。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災被災地域に物流センターや工場を持つ企業が多くあり、再開の目途が立っていないところも多い。これからの夏物商品の供給自体が前年同期比5割程度にまで落ち込むことが予想され、将来的に厳しい。
		百貨店（営業担当）	・単品買いの客が多かったり、目的買いの客が多かったりといった現状からはまだまだ変わらない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後の自粛ムード、ガソリン価格の上昇や高止まり、イベント自粛などの影響を受けて、食品と言えども売行きが下向きになる可能性がある。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響による景気の悪化が予想され、売上減少につながる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・たばこ、ビールなどの流通が回復した後、買占めや買いだめしておこうという心理が薄らぎ、売上が落ちるのではないかと心配している。
		衣料品専門店（経営者）	・メーカーからの商品供給に一部不安が感じられる。
		衣料品専門店（経営者）	・先行きを楽観しすぎていたが、現在では、東日本大震災の影響の大きさに驚くとともに、長期化も覚悟しなければならない。
		乗用車販売店（経理担当）	・東北以外では経済活動が営まれているが、当地でも伝聞や風評の面から経済活動に水を差されるなど被害が出ているようである。自動車生産の面でも部品などの調達が困難な部分が大変多く、本年中は停滞するのではないかと。
		住関連専門店（店長）	・現状はまだまだ続きそうである。購買意欲がさらに上がり、何より客が動いてくれないと商売にならない。
		通信会社（職員）	・東日本大震災からの復興に向け全国的に支援ムードが広がっていることから、一部に復興に伴う景気回復を期待する向きがある。しかし、福島第一原子力発電所事故終息に向けた具体策が示されるに従って現実的な問題に直面し、より厳しい状況を再認識することから、家計もその影響を受けて消費を削減する方向に向かうのではないかとという見方が大半である。
		その他レジャー施設（職員）	・燃料の値上がりがかつてに響いている。東日本大震災の影響による節約志向があり、この業界が節約対象の上位に位置していることから、今後厳しくなることが予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の復興や福島第一原子力発電所の目途が立たないと受注が増えない。
	住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響が一部資材の手当て面で顕在化している。時間が経つにつれて不足部材が広がっている。特に増改築工事が思うように進まず、契約が進まない。	
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・東日本大震災の影響で買い控えが今後6～9月にかけて発生すると見ている。また、震災、電力不足の懸念などの影響で取引先の製造業を始めとして今後予想できない状況が続くものと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・車メーカーの生産が回復し始めたが、東日本大震災以前に戻るにはまだ時間がかかりそうである。それまでは商品の動きが悪く、先行きが不安である。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災により、車の販売は前月に引き続き、全く見通しの立たない状況が続く。
		テーマパーク（職員）	・最近になりやや自粛ムードも見直され、日常どおりの旅行をすとの動きも見られる。個人客を中心にやや回復の兆しも見られるが、団体客は依然として動きが鈍い。また、海外からの客は福島第一原子力発電所問題が非常に不透明なこともあり、全く動きが見込めない。全体的な状況は悪くなる方向にある。
	企業動向関連	良くなる やや良くなる	—
繊維工業（経営者）			・一部ではあるが、東日本大震災による特需が期待される。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・全体の動きからすると少し期待が持てる雰囲気が出ている。住宅も前年から比較すると着工数が増加傾向にあり、期待できる要素である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内市場も復興需要や西日本への生産移行などが進み、設備投資が進む。
		金融業（融資担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束にもよるが、現状では上昇しか考えられない。生産活動も徐々に持ち直せば、消費自粛もやがて緩和されるであろう。
		不動産業（経営者）	・個人客からの問い合わせが徐々に増えている。
変わらない		一般機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災の影響により受注が減少しており、今後の見通しについては急激な回復は想定しにくい。
		輸送業（配車担当）	・東日本大震災の影響は今のところあまり無い様子だが、今後は生産の停止などで物流の減少が見込まれる。
		金融業（融資担当）	・東北地方の復興に向けての特需といった声が聞かれるものの、全体的な景気の停滞感と相殺されて、現状の停滞感が継続する。
やや悪くなる		食料品製造業（企画担当）	・副原料となる小麦、大豆などの原材料価格、および卵価、燃料費が高騰しており、ますます収益が厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（経営者）	・消費面も含め、東日本大震災の影響が懸念され、先行きについては慎重にならざるを得ない状況にある。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は現状よりやや悪くなると予想している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・一部の元気な取引先については新製品などが生産されているが、東日本大震災の影響で部品の供給がままならないところもある。全体的には悪くなっている状況である。
		精密機械器具製造業（経営者）	・国内向け商品の販売量は、全国総量としては東日本大震災後も前月末までは低下していなかったが、ここへ来て東日本はもとより、西日本においても下降気味である。
		輸送業（配車担当）	・路線会社として、一番負担のかかる燃料費が、リーマンショック以降の高値である単価120円～130円となり、利益を圧迫している。また、今後燃料費が低下する見込みがない状況下では、ますます悪くなる。また、これに伴い消費者の購買意欲が低下するため物の動きも鈍くなり、路線会社としては収益が圧迫されると予想する。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・商業用印刷の紙不足、インク不足などが響いてくる。また、全体的にチラシがサイズダウンしているため売上高の減少につながる。
		税理士（所長）	・生産拠点の海外移転が、円高で動いていたところに、東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響によりさらに加速され、国内の雇用機会がますます奪われている。心理的な不安と将来像が描けない現状が、企業の計画を立てづらくしており、萎縮につながっている。新しい日本の方向性を示すプランを示すことが大事である。
悪くなる		建設業（経営者）	・過去に地元の自治体と契約したことのない全国大手建設業者が、一般競争入札の参加条件をクリアし、これまでは地元建設業者が受注していた程度の金額の工事の入札に参加するようになり、ダンピングと思われる価格で落札するようになった。今後ますますこのような大手の参入が増え、地元建設業者は苦しい経営を強いられるであろう。
		建設業（総務担当）	・建設資材の価格上昇と一部資材の納期が遅れているため、工事工期の延長などでコストと工期にマイナス材料の発生が見込まれる。先行きますます厳しい状況が予想される。
		通信業（営業担当）	・一時好転していた情報通信機器などの設備投資が、完全に止まった感じがする。取引先に景気状況を確認しても、商品が入ってこないなど流通そのものが異常状態となっている。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・新卒採用者が本格的に稼働してくるので、景気が良くならなければ新たな人材需要は発生しない。
		人材派遣会社（社員）	・交代要員などの単発的な動きはあるが、東日本大震災の影響もあり本格的な回復にはまだ程遠い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・まとまった正社員雇用の動きが出てこない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は依然として増加傾向にあり、有効求人倍率も上昇しているが、今後、東日本大震災が雇用情勢に及ぼす影響が懸念される。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災による自粛ムードや消費者心理の落ち込みが、今後求人に影響しそうである。
民間職業紹介機関（経営者）		・景気が不透明であり先行き不安が重なって、企業は人材派遣・紹介とも雇用に慎重であり、かつ消極的である。	
悪くなる	○	○	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災以降は消費の自粛が続いてきたが、消費こそが復興の力になることを消費者も気付き始めている。商店街でも、復興応援イベントや売上の一部を募金するイベントなどを行うことで、今後は良くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響については、京都の商店街では今が底の状態である。京都の1,200店舗におけるクレジットカードの売上推移をみても、今月の前半は前年比で10%減であったが、後半は5%減にとどまっているため、今後は回復傾向となる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・時間の経過と共に観光客も少しずつ戻るほか、客の間に購買意欲も出てくる。
		百貨店（企画担当）	・5月には、新規出店や改装オープンなどの動きがほぼ出さそうのため、当店の売上が伸びるかは別として、客の購買意欲は高まる。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災で一部の富裕客が関西に移ってきたほか、商業施設の新規オープンも続いている。本格的な夏物衣料の展開も含めて、今後は震災後の買い控えの反動が出てくる。
		百貨店（営業担当）	・梅田を中心とした地域間競争が更に激しくなるものの、顧客が百貨店に目を向けるきっかけとなって消費に結びつけば、先行きに明るさも出てくる。
		百貨店（販促担当）	・関東で電力不足に陥る直接的な影響は大きくないが、全国的に節電関連の商品に対する需要が高まる。特に、関西ではファッション性も加味した新たな需要につながり、衣食住のすべてに関して大きな購入動機となる。
		百貨店（売場担当）	・取引先各社の間では、東北や関東方面の売上高の減少を補うために、関西での商品供給を増やすことが予想される。高級ブランドを中心とした高額品の売上も堅調に推移しているため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・商品の製造が安定して納品が通常に戻れば、チラシの内容も充実する。現状が悪過ぎるため、今に比べれば良い方向に向かう。
		コンビニ（経営者）	・関西から日本を元気にするために、商品の値引きなどで販売の増加を図る。欠品商品も一部を除いてそろい始めているため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・たばこの欠品状況が解消されれば、たばこの購買層も戻ってくるため、売上増につながる。
		コンビニ（店長）	・3か月後には、国産たばこの流通状況も今よりは良くなる。
		コンビニ（店員）	・東日本大震災の影響で商品に欠品が出ており、たばこの販売個数も制限していたが、徐々に入荷数が増えつつあるため、今後は品ぞろえも充実していく。
		家電量販店（経営者）	・アナログ放送の終了に伴い、地上デジタル放送対応テレビへの需要が高まる。また、太陽光発電への関心も高まっているなど、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業企画）	・東日本大震災の影響で、今後も中古車業界では需要が増え続ける。
		乗用車販売店（営業担当）	・数か月後には工場の生産も徐々に回復し、世間も復興に向けた雰囲気が変わる。それに伴い、販売台数も回復に向かう。
		住関連専門店（店員）	・東日本大震災の影響で関東への引っ越しなどが遅れた客が、ゴールデンウィークを利用して来店するなど、先行きはやや良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・最悪であった今月に比べれば、今後は良くなる。原子力発電所の問題が落ち着き、復興ムードが広がれば需要も戻ってくる。
		観光型旅館（団体役員）	・東日本大震災後の悪化が一段落して落ち着きを取り戻してくると、客単価は今後も低水準で推移するものの、客の動きは良くなる。特に、個人客の動きは回復してくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門では、東日本大震災で自粛していた企業の予約が戻ってきている。宿泊も予約率が上がっているほか、海外からの観光客も目立ち始めているため、先行きはやや良くなる。
		都市型ホテル（客室担当）	・東日本大震災の影響で修学旅行の目的地を関西に変更する動きが増え、それに伴う予約が入っているほか、今後は外国人ビジネス客も少しずつ動き出す。
		旅行代理店（広報担当）	・原子力発電所の問題が落ち着けば、客の間で、ゆっくりしたいというマインドも高まるため、予約も動き出す。特に、春休みやゴールデンウィークの旅行をキャンセルした客の動きが2～3か月後には出てくるため、先行きはやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・東日本大震災の復興事業による特需のほか、海外からの観光客が戻ってくる期待もあるため、先行きはやや良くなる。
		タクシー運転手	・基本的に景気は良くならないが、ゴールデンウィークになれば被災地に向けた物の動きも良くなるため、関西にも良い影響が出てくる。
		パチンコ店（店員）	・周囲では夏に向けたイベントに関する話も増えつつあるため、先行きはやや良くなる。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の試合が予定されているほか、今年は家族向けのイベントや人気グループのコンサートがあるため、集客の増加につながる。
		住宅販売会社（経営者）	・主要な建材を生産する工場の一部が被災しており、既に構造用合板などが品薄となっているが、東日本大震災に関連した建築需要が出始める。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災関連の先行き不透明感も一段落し、米国の大型金融機関の破たん以降にみられた、景気回復の動きが再び始まる。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災直後に落ち込んでいたモデルルームへの来場者数も回復しつつあるため、震災前の状況までは戻る。
		住宅販売会社（総務担当）	・早期復興に向けて、被災地域への機材や資材、人材の派遣が進む。業界では薄利多売の傾向が進むが、販売量は増える。
	変わらない	商店街（代表者）	・遅い時間帯の買物が減っており、しばらくはこのような状態が続く。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・多くの商材が関東から関西方面に流れてきたため、相場が大幅に下がっているものの、客の自粛ムードは大幅に改善されつつある。各メーカーが生産調整に入っており、秋以降は商材不足となるが、夏までは前年並みの動きとなる。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・東日本大震災から2～3か月が経過しても、問題が大き過ぎて落ち着く気配はないため、物を買って楽しむという精神的な余裕は出てこない。今後も、今のような閉そくした状態がまだまだ続く。
		一般小売店〔野菜〕 （店長）	・東日本大震災による落ち込みから回復するまでには、時間が掛かる。
		一般小売店〔雑貨〕 （店長）	・東日本大震災の影響で、たばこに関しては品薄状態が続いており、今後も暗い材料はあっても明るい材料が全くみられない。
		百貨店（売場主任）	・大阪駅周辺の競合激化よりも、東日本大震災による景気後退の影響が懸念される。しばらくは我慢するしかなく、平常どおりの店舗運営、営業活動を続けていく。
		百貨店（売場主任）	・近隣に新しい商業施設がオープンしたことで、相乗効果で集客力が高まり、消費の増加に結びついている。広範囲からの来客が増えているほか、若年層の来客も増えている。ただし、政治や経済の先行きが不透明で、所得が伸びる状況にはないため、大きく好転することはない。
		百貨店（売場主任）	・消費を盛り上げようという機運があるものの、海外からの観光客の動きも無視できない。原子力発電所の問題が落ち着かない限り、プラスの方向へは向かわない。
百貨店（売場主任）	・3月が終わって少し良くなっているものの、今後は周辺で新店舗がオープンした影響が出てくる。		
百貨店（店長）	・東日本大震災以降は高級品を中心に動きが悪化したものの、今月はまずまず順調に動いている。ただし、不確定要素もあるため、先行きは楽観視できない。		
百貨店（婦人服）	・節電による夏場の営業時間短縮や照明の減灯、空調の温度引上げなど、大型小売店には逆風となるため、改善の見込みは薄い。		
スーパー（経営者）	・客が買物をする際の会話を聞くと、節約に対する意識が顕著であるため、今後も厳しい状況が続く。		
スーパー（店長）	・東日本大震災による買い控えの動きは今後も続く。		
スーパー（店長）	・売れている商品と、節約の対象になっている商品が明確に分かれている。他社との競合も厳しいため、今後もやや悪い方向で推移する。		
スーパー（企画担当）	・競合他社の出店や、景気、天候といった経営を左右する要素に大きな変化はない。		
スーパー（経理担当）	・自粛ムードは落ち着きつつあり、営業状況についても営業時間やチラシなどを元の状態に戻している。今後は、消費全体が東日本大震災前の水準に戻るかどうか問題となる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（販売担当）	・乗客数は前年並みであるが、競合相手との競争で価格が下がっており、売上が前年の水準に達していないなど、先行きに明るさはみられない。
		スーパー（企画）	・今後しばらくは商品の安定供給が困難な状況となるほか、消費者の間では生活防衛意識が強くなるため、節約志向が更に進む。
		スーパー（社員）	・関西を地盤とする当社には、東日本大震災の影響は限定的であり、消費も食品については堅調に推移している。ただし、他社も含めて大規模な販促を実施しにくい状況であるため、当面は消費が喚起されない状況が続く。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・レジャー消費が控えられ、ゴルフウェアの注文などが減少しつつあるため、今後も厳しい状況となる。
		家電量販店（店員）	・東日本大震災の影響が今後も続くため、厳しい状況は変わらない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・東日本大震災の影響がなくなるまでは、今の厳しい状態が続く。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・東日本大震災からの復興のために消費を促す声が聞かれるが、宝飾品の購入にはつながらない。
		高級レストラン（支配人）	・徐々に外国人を含む観光客が戻ってきており、回復の兆しは出てきているが、客単価が低いなど、販売量の回復するめどが立たない。
		一般レストラン（経営者）	・イベントによって集客は増えるものの、物流の悪化で仕入れに悪影響が出ている。物流の悪化が改善されない限り、利益は低い水準にとどまる。
		一般レストラン（経営者）	・現状が厳しいなかで、前年のように暑くなると来客数が増えないため、今後も厳しい状態が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・これから夏に向かって極端に落ち込むことはないが、良くなることもなく、来客数や客単価は横ばいで推移する。
		スナック（経営者）	・若年層の団体客はよく動いているものの、団体客の動きは鈍いため、来月以降も良くはならない。
		観光型ホテル（経営者）	・今月と同様に、5、6月も東日本大震災による団体客のキャンセルの影響が尾を引き、4～6月は前年比で2～3割減の水準で推移する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・原子力発電所の事故による影響が落ち着かなければ、アジアからの観光客は戻ってこない。国内客の間でも、東北の復興を支援する傾向が強まる可能性があり、関西には恩恵が期待しにくい。宴会は予約が戻りつつあるが、夏以降は景気の下振れ懸念が強く、客の動きは非常に慎重であるため、今後も厳しい状況となる。
		都市型ホテル（マネージャー）	・現状が悪過ぎるため、今よりも悪くなることはないが、法人客の自粛ムードや個人客の消費マインドの低下が解消されるとは考えにくい。宿泊部門では、関東からの修学旅行の振替需要で一時的な増収が見込まれるが、あくまでも短期的な動きにとどまる。宴会部門も、キャンセルや延期の動きが落ち着きつつあるものの、大きな新規受注が見込めないため、今後も厳しい状況となる。
		都市型ホテル（総務担当）	・東日本大震災による影響は当分続くため、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・自粛ムードで、旅行に伴うタクシー利用も減少している。ただし、東北地方の工場をカバーするための残業が増加し、利用客が増えているため、今後も全体的に大きな変化はない。
		タクシー運転手	・来月には大きな祭りや行事があるが、客の動きは変わらない。
		通信会社（経営者）	・夏商戦ではスマートフォンの新機種が目玉になるものの、強力な新商品が投入される予定はない。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災によるレジャー産業への影響は非常に大きい。イベントの自粛など、このような時にレジャーに出掛けることは悪であるという風潮がある。特に、昨今は過剰なほどの自粛ムードが広がっているため、今後も厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（経理担当）	・現在放映中の大河ドラマの影響もあり、売上、乗客数共に大幅な増加となっている。東日本大震災による落ち込みを覚悟していたが、震災直後の2週間は団体客が大きく減ったものの、その後は桜の開花に伴って客足が戻り、春休みに入ってから、平日を含めて個人客を中心に大幅に伸びている。大河ドラマなどの恩恵で、震災による来客数の大幅減を避けることができ、来客数、販売額共に前年比で30～35%増とかなり伸びているため、来月以降もこの傾向が続く。
		観光名所（経理担当）	・東日本大震災影響で、国内の団体客によるキャンセルが増えている。個人客も前年比で2～3割減少しているほか、海外からの観光客も激減しているため、しばらくは厳しい状況が続く。
		競艇場（職員）	・今後も良くなることはなく、現状のままで推移していく。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・復興に向けた動きも出てくるものの、国内では原子力発電所の問題の行方が不透明であり、消費マインドの低下が進む。海外でも日本への旅行を控える動きが続くため、夏までは大きな変化は起こらない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月に行われる無料体験キャンペーンの結果によって、生徒数に変化が出る。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐ必要があるため、暖かくなるにつれて客が増えるはずが、今年は増えていないため、今後も厳しい状況となる。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は増えない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅販売に関しては、新築販売は多少悪化するものの、中古住宅などの売買に大きな変化はない。
	やや悪くなる	一般小売店〔花〕（経営者）	・現時点で東日本大震災による大きな影響はないものの、復興に向けた動きが長引けば様々な面で影響が出てくる。仕入状況の悪化にもつながるため、先行きの見通しは良くない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・東日本大震災の影響ばかりではなく、業況は今後も徐々に悪くなっていく。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・世間がもう少し落ち着かないことには消費も回復しない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・東日本大震災の影響をはじめ、これからも不安材料が多いため、落ち込みは避けられない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・東日本大震災の影響が残るほか、増税や節電といった暗い話題が多いため、客の節約志向がますます高まる。
		百貨店（売場主任）	・消費の自粛ムードは薄らぐものの、東日本大震災の影響による株価の下落や東北、関東を中心とした経済状態の悪化などで、業況の改善は進まない。
		百貨店（企画担当）	・近隣に他社の店舗が出店したため、限られたマーケットの奪い合いが更に激しくなる。
		百貨店（商品担当）	・大阪の梅田地区の百貨店業界は今後少し盛り上がる一方、京都、神戸を含めた梅田以外の関西地区は全体的に厳しくなる。さらに、取引先の経費圧縮や生産活動の縮小などにより、足を引っ張られる。
		百貨店（マネージャー）	・東日本大震災の影響が企業業績にも出てくるため、消費者の購買意欲が更に減退する。
		百貨店（サービス担当）	・東日本大震災の影響で、夏に向けて節電や節水の動きが出るなど、東日本では今まで以上に消費が冷え込むイメージが強い。関西でも大規模な地震が発生する可能性が高いため、一般的な消費動向は鈍化する方向で推移する。
		スーパー（店長）	・多くの商品で、原材料価格の上昇や中国での生産価格の上昇といったコストアップ要因が表面化し始めている。さらに、東日本大震災による入荷数制限で特売品が減少するなど、消費を悪化させる動きが進んでいる。エコポイント制度のような消費を後押しする政策も途切れているため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（店長）	・食料品で調達不安定な商品が増えており、販促が行いにくくなっている。特に、たばこや米、ヨーグルト、ラーメン、納豆などの品ぞろえが減っているため、今後は食料品の販売点数が減少する。
		スーパー（広報担当）	・サプライチェーンの回復や東日本での電力不足問題、原子力発電所の問題が解決する見通しがある程度立たなければ、消費の拡大は困難であり、それにはもう少し時間が掛かる。
		スーパー（管理担当）	・東日本大震災による節電、節約のほか、復興に向けた増税の話もあるため、更に消費が冷え込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（広告担当）	・東日本大震災の影響で、消費者の間に生活防衛意識が高まってくる。仮に復興のための増税などが施行されれば、景気は低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・全体的な動きが悪くなっている可能性があり、少なくとも買い控えの動きがみられるため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で中古車の値段が上がっているほか、新車を予約しても3か月待ちの車種もあるため、販売が伸びていない。修理についても、部品不足で時間が掛かる状況となっているため、今後も売上は伸びない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要因がなく、客との会話の内容も暗いため、先行きの見通しは厳しい。
		自動車備品販売店（営業担当）	・東日本大震災の影響で商品の調達が困難になっているため、先行きの見通しは厳しい。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災の影響で生活物資や娯楽品の購入が優先され、住宅設備の買い控えが増えやすくなっている。先行き不透明な状況が長期間続くと、消費への慎重な姿勢が定着する懸念もあるため、見通しは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・今後は焼肉チェーン店での死亡事件による悪影響が出てくる。影響が短期的な物か、長期にわたる物かは現時点では判断できない。
		一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災からの復興が長引くことで、農産物や海産物の供給減少をはじめ、生産活動への影響も大きくなるほか、原子力発電所の事故による外国人旅行者の減少も続く。これらが所得の減少につながることで、消費全体にも大きな影響が出てくる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・営業利益の確保を優先する動きが強まっており、改装計画などの投資に不安が出てきている。また、被災地の復興が優先され、店舗用の資材確保が困難といった情報もあるなど、先行きの見通しは厳しい。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東日本大震災の影響で取引先からの注文が遅れており、販売の見込みが立てにくい状況となっている。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災の復興作業がどこまで進むのかにより、今後の景気が左右される。現時点ではガソリン価格の高騰や入荷の停滞による経費の上昇、来客数の減少が続いているため、見通しは厳しい。売上を左右する婚礼件数が増えているとの声もあることから、今後は婚礼に力を入れていく。
		タクシー会社（経営者）	・自粛の動きにも限界があり、今後は反動も出てくるものの、東日本大震災の影響が企業活動に広がるため、経済の動き自体は鈍くなる。
		通信会社（店長）	・今後も商品の品薄状態が続く。商品の入荷状況が好転するまで、購買にはつながりにくい。
		通信会社（社員）	・7月の地上デジタル放送への完全移行を前に、先行きが全く見通せない状況である。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災による影響が、業界にも徐々に出てくる。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・夏に向けて消費者の節約志向が更に進むため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きが鈍くなるなど、東日本大震災による影響は今後も続く。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・東日本大震災の影響で、大手ハウスメーカー以外は住宅資材や設備が不足している。工事の完成時期も延びており、先行きの見通しは厳しい。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・首都圏での夏の電力問題により、関西に経済の重心が移動する期待はあるが、経済全体の先行き不透明感が払しょくされるまでには至らない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で企業収益の悪化が進み、ボーナスの減少にもつながるほか、生活関連商品の値上げも進むため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・原子力発電所の問題でアジアからの観光客が激減し、飲食店の販売状況も悪化しているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・今月初旬は春休みや進学、異動に伴う動きがあったものの、ゴールデンウィークに向けての消費マインドの冷え込みが大きい。東日本大震災による影響は大きく、当面は節約志向が更に強まることで、低額商品の動きが中心となる。高級牛肉がどう動くかは、慎重に見極める必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・現状を考えると、これから暑くなっても夏物衣料はすぐに動かない。さらに、東日本大震災の影響で先行きへの不安が高まっているため、客の目が衣料品に向かうことはない。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・東北の当社工場では、材料の供給が減少し、欠品状態が続いているため、今後も苦戦することになる。
		スーパー (経営者)	・当地域では東日本大震災の影響が観光産業に大きく出ており、今後は他の業種にも徐々に波及していく。
		スーパー (店員)	・東日本大震災の影響で商品は依然として品薄のため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店 (経営者)	・現時点での東日本大震災による影響は、消費の自粛などによる来客数の減少が中心であるが、今後は原子力発電所の問題により様々な面で本格的な影響が出始める。
		衣料品専門店 (販売担当)	・所得は上がらないにもかかわらず、復興税などが導入される可能性もあるため、節約志向が更に強まる。
		家電量販店 (店長)	・アナログ放送の終了に伴い、8月のテレビの需要は前年比で30~50%と大きく落ち込む。単価と販売台数の悪化をカバーする商品もないため、大きな打撃となる。
		乗用車販売店 (経営者)	・東日本大震災の被害で新車の手配が間に合わず、売れる車がないほか、客の消費マインドも完全に冷え込んでいる。今後は実際の売上でもマイナスの影響が出てくる。
		乗用車販売店 (経営者)	・客の消費マインドがかなり冷え込んでいるほか、新車の注文が入ってもメーカーの被災で納車のめどが立たないため、注文を取り切れない状態が続いている。先行きも不透明であり、良くなることはない。
		乗用車販売店 (経営者)	・かつては世界経済の回復に伴って日本経済も回復したが、東日本大震災以降は、風評被害による輸出の低迷や外国人観光客の減少などで、日本経済に波及しなくなっている。年内の復旧が難しい工場もあるなど、今後も景気はまだ落ち込む。
		一般レストラン (経理担当)	・不要不急の消費を抑える傾向が企業、個人共に強まっているため、受注は例年の約90%で推移する。
		観光型旅館 (経営者)	・東日本大震災のダメージが大きく、人や物が復興事業に向かっていることで、県南部や当地域への客の流れが悪くなる。
		旅行代理店 (従業員)	・今後支給されるボーナスが消費に回る気配はない。
		通信会社 (企画担当)	・今後も悪くなる材料しか見当たらない。
		競輪場 (職員)	・東日本大震災による消費の低迷や、様々な価格の上昇、不安定な政局など、良くなる要素がない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 (エリア担当)	・東北や北関東の店舗復旧の支援で手一杯となるなど、まだまだ売上が回復するまでには困難が続く。		
その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕 (経営者)	・東日本大震災の影響や増税の行方が不透明である。		
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	木材木製品製造業 (経営者)	・新規事業の開始が遅れているものの、確実に前には進んでいるため、売上、利益共に改善する。
		金属製品製造業 (営業担当)	・自動車関連の部品については、供給がある程度回復してくる。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・原子力発電関連の設備投資の見直しが終われば、現状に対応した投資も始まるため、新たな引き合いや注文が増える。
		電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・現在の回復基調や、7月末のアナログ放送終了による駆け込み需要を考慮すると、今月よりも荷動きが活発になる。
		建設業 (経営者)	・東日本大震災に関する動きは不透明であるが、当社の事業は環境関連であるため、徐々に忙しくなる。
		金融業 (営業担当)	・徐々に回復するものの時間が掛かる。ただし、取引先の間では東日本大震災からの復興に向けた受注も増加する。
		広告代理店 (営業担当)	・6、7月はバーゲン時期となるため、3、4月に消費が自粛された反動が出てくれば、売上が伸びて少しは良くなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕 (営業担当)	・東日本大震災の影響で関西に目が向けられることが増えるため、今後はやや良くなる。
		その他非製造業〔衣服卸〕 (経営者)	・原子力発電所の問題が悪化せず、過度な自粛ムードが広がらない限り、消費は底堅く推移する。
		その他非製造業〔商社〕 (営業担当)	・生産の回復が進むため、先行きはやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・東日本大震災の影響はもうしばらく続き、資材の入荷を確認してから生産に入るなど、不安定な状況が続く。このような状態では、なかなか売上増にはつながらない。		
		食料品製造業（営業担当）	・全国各地で消費の自粛が進んでおり、商品が動かない。今後は特売商品の減少で買いだめの動きも減るため、受注環境は厳しい状況が続く。		
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量は変わっていないため、今後も状況に変化はない。		
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響にはプラスとマイナスの両面があるため、全体的に大きな変化はない。		
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が出てくるものの、最近では需要が伸びているため、全体的にはプラスマイナスゼロで今の状況が続く。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・とにかく材料が入ってこないと話にならないため、先行きは不透明である。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今後も受注は低迷したままであり、上向くことはない。		
		建設業（経営者）	・東日本大震災の影響で建設資材の納期が確定できず、工期内の竣工が厳しい状況である。また、今後は建設資材価格の高騰のほか、人手不足による人件費の上昇が進むため、収益の圧迫につながる。		
		建設業（営業担当）	・新たな土地購入や設備投資の情報が少なかったところへ東日本大震災が発生し、更に動きが減少している。状況が落ち着けば景気も上向いてくるが、現状は東日本からの生産施設の移転も一時的なものに限られている。		
		輸送業（営業所長）	・案件は出てきているが、見積の提出だけで終わる場合が多く、先行きに明るさはみられない。		
		輸送業（営業担当）	・予想より早く回復している取引先が多く、今月は景気の良かった感があるため、今後も現在の動きが続く。		
		広告代理店（営業担当）	・企業の間では、様子見の傾向がしばらく続く。		
		広告代理店（営業担当）	・夏を過ぎたところでなければ、今の状況は好転しない。		
			やや悪くなる	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・東日本大震災以降の急激な変化で、先行きの見通しが立たない。
繊維工業（総務担当）	・西日本での催事もあまり増えそうにないため、先行きの見通しは厳しい。				
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・関西での受注に大きな影響はみられないが、コンベンション関係の仕事は9月ごろまでキャンセルが続く。被災地や産業の復興が進まなければ、経済が活性化しないほか、原子力発電所の安定も必要となる。				
化学工業（管理担当）	・工場の復旧や材料の入荷に関するめどが立っていないほか、円高傾向のため輸出も伸びない。				
化学工業（企画担当）	・東日本大震災による被害で製造の止まっていた同業他社の設備が回復するため、当社への過度な供給要請が落ち着く。				
窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス関係の業界は原子力発電所の事故による打撃を受けているため、依然として先行きの見通しは厳しい。				
電気機械器具製造業（経営者）	・生産が停滞する間に不足が生じるため、3か月先にはその反動で忙しくなるが、景況感自体は悪化が進む。				
電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災による影響で製品の供給が不安定になる恐れがあるなど、先行きの見通しは厳しい。				
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・東日本大震災の影響が今後も様々な形で出てくる。				
建設業（経営者）	・被災地の復興や仮設住宅の建設が優先されるため、今後は資材や製品の不足感が更に強まる。それに伴う物価の上昇のほか、増税の動きも景気に悪影響を与える。				
新聞販売店〔広告〕（店主）	・東日本大震災の影響が良くも悪くも関西に及んでいるため、今後の折込広告件数にも影響が出てくる。				
司法書士	・案件は若干出てきているが、新規事業の立ち上げや拡大に関する物はないため、先行きの見通しは厳しい。				
	悪くなる			繊維工業（団体職員）	・需要が減少するなか、原材料価格の上昇分を販売価格には転嫁しにくい状況となる。
				繊維工業（総務担当）	・東日本大震災による直接的な影響はなかったものの、販売先の店舗がダメージを受けたほか、消費の自粛で購入量が減少しており、現在も前年比で約3割減っている。今後増税などの政策が決まれば、更に物を買わなくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（経営者）	・復興関連以外の問い合わせは落ち込んでいるほか、復興関連でも原材料が手に入りにくくなるなど、東日本大震災の影響が顕著になりつつあるため、先行きの見通しは厳しい。
		金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響だけではなく、円高や海外での風評被害などが輸出産業に大きな影響を及ぼす。
		金属製品製造業（管理担当）	・東日本大震災の影響で出荷量が大きく減少しており、今後の案件情報も特に良い物はない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・自社の業績悪化に対し、経営者の減給でなく、一般社員の定期昇給の凍結などで対応する企業が多いため、景気が悪化する。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・材料の電子部品の納期について、取引先からの回答が全くない場合も多い。注文が確保できても生産できる保証がないため、身動きが取れない。
		不動産業（営業担当）	・東日本大震災の影響で中古の戸建住宅の動きが悪く、土地の相場も下がってきている。また、賃貸マンションや事務所の賃料も下がってきているため、先行きの見通しは厳しい。
		経営コンサルタント	・毛布製造業や中古品販売業など、東日本大震災の特需が発生した顧客企業もみられるが、単発の動きで後が続かない。ほかの顧客企業の社長は、一様に国内だけの事業展開の限界を口にし始めている。商店街も先行きの不透明感で守りに入っているなど、経営者のマインドが大きく低下しているため、先行きは更に悪化する。
		コピーサービス業（従業員）	・震災復興財源を増税で確保する案が浮上しており、今後も消費マインドは確実に低下する。また、当面の間は取引相手の売上が減少するため、自社の受注の動きにも悪影響が出る。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・東日本大震災の影響で経済状態がもっと悪くなるため、先行きの見通しは厳しい。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・東日本大震災からの復興が遅れるため、先行きは更に悪化が進む。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災による影響が落ち着けば、必ず反転する。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で消費マインドが冷え込まなければ、梅田や阿倍野に大型商業施設もできるため、求人は緩やかに上向いていく。また、サービス業や医療、福祉関連の求人は、今後も大幅な上向き傾向となる。
	変わらない	民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の復興事業に関する求人が具体的に動き出すため、先行きはやや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・職種によってかなりばらつきがあり、今後IT関係では停滞が進むものの、復興関係では需要が出てくる。それ以外の職種では、人が徐々に余ってくる状態となる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数、新規求人数については前年比で大きな増減はみられないため、今後も今のような状況が続く。
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・復興に向けた支援について、今後の道筋が明確でないため、先行きが不透明である。
		人材派遣会社（役員）	・何よりも東日本大震災の影響が不透明である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年の動きに加え、東日本大震災の影響で求人を見合わせる動きが出始めている。その一方で、復興関連の特需が出てくる可能性もあるなど、先行きは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・東日本大震災の影響で広告出稿の自粛が続いているため、当面は市況の悪化が進む。特に、原子力発電所問題の先行きが不透明な点が大きな影響を及ぼしている。ただし、危機的状況が回避される見通しがはっきりすれば、これまでの分を取り戻す動きで景気は劇的に回復する。その時期は2～3か月先ではなく、もう少し時間が掛かる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災により、求人の取消しや更新の打ち切り、採用時期の繰延べといった影響が出ている。東北地方に拠点を持たない事業者でも、仕入先や納入先に影響が及んでいるため、事業に支障が出ている。被災者を優先的に雇用したいという申込みもあるものの、今後は雇用情勢が悪化に向かう。
		職業安定所（職員）	・求人は出ているが、正社員は少なく、パートや期間雇用が大半である。雇用のミスマッチが顕著となっているため、先行きの見通しは厳しい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・東日本大震災による影響を含め、好転する要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の経営者や採用担当者からは、先行きに関する具体的な情報が聞かれない。企業が不安を抱えた状態は当分の間続くため、雇用情勢は厳しい状況となる。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地場産業に元気がみられないなど、今後も東日本大震災の余波は残る。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・東日本大震災による雇用情勢への影響が表面化してくるため、先行きの見通しは厳しい。

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	商店街（代表者）	・一時的に売上が伸びているが、少子化、オーバーストア、デフレ、東日本大震災、景気の低迷と、取り巻く環境は依然厳しく将来的にも非常に不安である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・売上が前年同月を割る状態はまだ続いているものの、東日本大震災による自粛ムードが段々と緩和されている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・客に東日本の復興を支援する意識があり、今までどおりの生活をしようと前向きな方向になってきている。東日本大震災後数か月間はどん底であるが、それ以降の景気は上向いてくる。
		百貨店（営業担当）	・現状では東日本大震災の影響があまり大きくないため、今後暖かくなれば、春夏物の売行きが伸びてくるとの明るい見通しを持っている。
		スーパー（店長）	・生活が日常に戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	・今後たばこの入荷がスムーズになるとともに、競合店の閉鎖で売上が伸びる。
		家電量販店（店長）	・7月の地上アナログ放送の停波まではテレビの需要が見込める。東日本大震災により消費者の節電意識が高まっており、高省エネタイプの家電品の販売構成が高まり、販売単価の上昇が望める。LED電球への買い換えも多くなるため、売上増加が見込める。ただその反面、テレビ単価の低下が顕著であり、金額の大幅な増加は望めない。
		乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災の影響で停止していた工場も少しずつ稼働を始めている。現在が底の状態であり、今後は多少なりとも上向きになる。
		乗用車販売店（副店長）	・生産の回復、各社からの新型車発売、復興に伴う需要の発生などで市場が今よりは盛り上がる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・東日本では依然として節約傾向にある反面、西日本では積極的な消費ムードになってくる。
		一般レストラン（経営者）	・景気は今が底であり、消費は今後少しずつ上向き現在よりやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・客単価は低いものの、少しずつではあるが東日本大震災後の客の動きが出始めている。
		都市型ホテル（支配人）	・東日本大震災の影響で学会など多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントや修学旅行、スポーツ関係の開催地が変更されており、少しずつではあるが当地域のホテルへも変更依頼が入ってきており、下期に向けた売上に寄与する。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災からの復興が進み、夏場ごろより景気が上向きになる。
		通信会社（広報担当）	・夏に向けての新商品の発売やプロモーションのスタートにより、販売のアップが見込まれる。
		テーマパーク（広報担当）	・日帰り圏内を中心に観光客の動きが回復するとの期待が持てる。
		ゴルフ場（営業担当）	・先の予約が少しではあるが動き出している。
		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・今後の戦略や対策により、需要拡大は可能と判断している。
		変わらない	商店街（代表者）
		商店街（代表者）	・もう少し時間が経って状況が少し落ち着くのを待つしかない現状である。これらかは夏に向けてイベントもあるため商店街への来客数が増えるが、現状の落ち込みを考慮すると、差引きで例年と変わらない水準になる。
		商店街（理事）	・良くなる材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・客は余計な物を購入せず、財布のひもが固い傾向は変わらないが、季節の変わり目や気分転換で買物する気持ちが出てきている様子がうかがえる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・徐々にではあるが商品も入荷するようになり、自粛ムードも低下してきているので、今よりは少しずつ良くなるとの期待が持てる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・関東方面からの観光客は増加しているが、例年並みの状況である。
		百貨店（販売促進担当）	・今後の中元商戦においても、ビール、清涼飲料水等の早期欠品が想定される。またファッションについても、夏から初秋物の減産も計画されており、この状況では景気の回復に大きな期待は持てない。
		百貨店（売場担当）	・缶ビールのプルトップや織物などの生産量低下が5月以降店頭に影響を及ぼし始める。特に夏場は計画停電の影響でうちわや缶ビールなど盛夏商材の不足が予測され、供給不足のアイテムが発生する。
		百貨店（購買担当）	・衣食住で考えると今の形とはあまり変わらず、衣料については控えられるものは控えておこうとする傾向は今後も続く。しかしここに来て急に気温も高くなり、どうしても冬物から春物、春物から夏物へと着せ替えをしなければならない時期となってきたので、売上は若干増加する。一方食品は売行きが回復しつつあるので、上向きの傾向にある。
		百貨店（売場担当）	・店全体にも下げ止まり感が出てきている。ただ東日本大震災や原子力発電所事故のその後の影響がどの程度になるか予測し難く、先行きは不透明のままである。
		百貨店（電算担当）	・店全体では前年同月比で1%低下しており、商品ごとにみると売行きの良いものもある一方で、レストラン、魚、銘菓、呉服、美術、メガネ、婦人服など苦戦しているものに分かれている。
		百貨店（販売担当）	・今後東日本大震災からの復興状況や原子力発電所事故の影響がどの程度消費に影響するか不透明な部分が多い。また取引先からの商品供給の悪化が懸念され、現状より良くなるとは考え難い。
		百貨店（営業企画担当）	・しばらくの間、東日本大震災に影響された顧客心理が消費に影響を与える。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響は長引きそうで、買い控えの傾向が続く。
		スーパー（管理担当）	・東日本大震災による商品の供給低下に加え、小麦粉等の値上げもあり、先が読めない状況である。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も客は必需品は購入し必要ない物は購入しない傾向が続くため、来客数は従来と変わらず確保できる。
		乗用車販売店（統括）	・7月まで登録車両の品ぞろえ不足が続く。
		家電量販店（店長）	・関東地域での節電が話題になっており、客の節電への意識が高まっているので、節電対応商品への買い換え需要が期待できる。昨年ほどではないものの、夏場には高めの気温が予想されるため、季節商材の需要が高まることや、7月の地上アナログ放送終了に伴い関連商品の売行きが今月より良くなると期待できるが、昨年あったエコポイント効果がないため正直状況が読みにくく、やや悪くなるか現状と変わらない状況となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災の影響で部品、新車ともに流通がかなり遅れており、思ったように商談が進まず苦戦している。
		自動車備品販売店（経営者）	・現在東日本大震災の影響で商品の供給不足や値上げなどの問題が起こっている。また今後税金などが上がる可能性も大きいいため、消費マインドが冷えていく一方であり、見通しは暗い。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・節約ムードが今後も継続する。
		一般レストラン（経営者）	・福島第一原子力発電所事故を始めとして、不確定要素がある限り個人消費の手控えは続く。社会情勢の着地点がみえた時点での景気回復はあり得るが、現在はその状態にない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響は以前に比べて少し落ち着き始めているものの良くなることはない。
		通信会社（社員）	・例年新規サービス加入者のある4月時点で加入申込が少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所事故の解決の目途が立ち、東日本大震災からの復興が軌道に乗ってくるまでは、個人消費の低迷が続く。
		通信会社（総務担当）	・東日本大震災の影響で買控えの傾向が見受けられる。
		テーマパーク（業務担当）	・園内の売店やレストランの客単価が前年同月比でいずれも低下している。震災に伴う不安感を背景にした節約志向が客の表情からもうかがえる。
		テーマパーク（管理担当）	・全体的に自粛傾向にあり、経済回復も早急には見込めない。
		競艇場（職員）	・2～3か月後も同様にレースを実施することとなっている。
		美容室（経営者）	・東日本大震災を契機に景気の動向が不透明となっている。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる状況にはない。
		設計事務所（経営者）	・大きな変化はすぐには起きない。
		設計事務所（経営者）	・これからしばらくは東北の仮設住宅建設に向けて建材等に動きがあるので、当地域での需要はそれが落ち着いてからになりそうである。
		住宅販売会社（販売担当）	・東日本大震災により先行き不透明である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響からか買い控えが進み、来店頻度、購入単価とも低下傾向にある。
		商店街（代表者）	・東日本大震災による消費マインドの低下と、下請企業の部品供給不足等による地元大手自動車メーカーの生産調整等による影響がある。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で需要と供給のバランスが崩れた状況にあるため、景気回復にはその改善が必要である。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響による節約、節電や将来の収入の不安などから、消費は更に冷え込む。
		スーパー（業務開発担当）	・店舗周辺企業の工場の方は、東日本大震災の影響で稼働率が落ち込んで給料手取りが少なくなっているほか、食用油、コーヒー等の値上げが目白押しで、消費意欲が減退してきている。
		スーパー（販売担当）	・現在入荷できない商品は代用商品で対応しているが、今後どの商品に震災の影響が出てくるかわからない。
		スーパー（営業システム担当）	・仕入状況も大分改善されてきているが、供給量が制限されるため、需要に見合った価格での提供が難しい。また消費者の購買意欲も下降気味である。
		コンビニ（エリア担当）	・一時的には良い方向に向かうが、その後は良い材料がなく、不透明な部分で消費者の買い控えが起こる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・東日本大震災が県内に及ぼす影響として、大手自動車メーカー等の大型製造業の業績悪化に伴って勤労者の可処分所得が減少するため、一般消費もやや悪くなる。
やや悪くなる	衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も東日本大震災が消費動向に影響を及ぼす。季節商材も気温が上昇してから売れるなど駆け込み需要の傾向が強くなる。	
	衣料品専門店（販売担当）	・東日本大震災の影響が当地域でも出てきている。	
	家電量販店（店長）	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況が今後も続く。	
	乗用車販売店（店長）	・販売は最需要月を越えての反動と納車可能な車がないことで停滞している。	
	自動車備品販売店（経営企画担当）	・来月まではタイヤ値上げの駆け込み需要が期待できるが、一巡後は厳しくなる。またナビゲーション等のカーエレクトロニクス商品も東日本大震災の影響で品薄になっており、一般的にはやや悪くなる。	
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・西日本でも東日本大震災が消費に影響を及ぼしている。	
	その他専門店〔海産物〕（経営者）	・他地域の観光業はどこも自粛ムードでキャンセルが相次いでいる一方で、当地域は日帰り客中心のためさほど影響もない見通しだったが、次第に来客数が減ってきている。	
	その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・福島第一原子力発電所事故など消費に及ぼす不安要素が大きい。	
	高級レストラン（スタッフ）	・前年に比べ企業関係者を中心に予約の状況が厳しくなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・6月から高速道路料金の週末上限1,000円が打切りとなり交通量が減少することや、東日本大震災の影響がどのような形で出るか不透明なこともあり、景気回復には時間がかかりそうである。
		観光型ホテル(支配人)	・修学旅行の振替需要があるものの、キャンセル分をカバーするには至っていない。東日本大震災後の旅行意識の低下がある。
		都市型ホテル(従業員)	・福島第一原子力発電所事故の影響の長期化を含め、現状は長期化する。
		旅行代理店(経営者)	・有名テーマパークが4月末から再開するが、客も現地の電力事情等を考えると不安でなかなか行く気にもならず、こちらも安心して行ける旅行先の案内がなかなかできない。
		タクシー運転手	・3か月先も東日本大震災の影響で良い状況は望めず、売上が前年実績を下回ることが避けられない。
		タクシー運転手	・今後観光客が例年に比どの程度持ち直すか不透明である。
		通信会社(企画担当)	・東日本大震災後、東日本での節電を含めてマイナスの事情は多いが、逆に節約だけはいけないとの言葉も客から聞かれ、復興や協力の気運が全体としては見受けられるため、決して悲壮感一辺倒にはなっていない。実際の売上ではマイナスの数字も覚悟しているが、それをカバーしていこうという気運がある点に期待が持てる。
		設計事務所(経営者)	・現在東日本大震災の影響で一部の建築材料の納入に時間がかかっているが、数か月すると本格的な復興が始まるので、更なる資材不足が予測されるため、プロジェクトのスケジュールが読めないことと物価高が懸念される。
		住宅販売会社(従業員)	・品質維持、合理化、コスト削減を行ってきているが、震災の影響が徐々に出てきており、安定供給できない状況になってきている。
	住宅販売会社(経理担当)	・今後も福島第一原子力発電所事故問題や先行き不透明感による景気の落ち込みにより、需要の悪化は避けられない。今年度内着工分で終了する住宅エコポイント等の景気刺激対策を継続して実施する必要がある。	
	悪くなる	商店街(代表者)	・基幹産業が不振であるため、消費が全般的に低下している。
		スーパー(財務担当)	・部品不足の影響から生産調整による雇用環境の悪化と自粛ムードによる節約により売上が減少する。
		コンビニ(エリア担当)	・東北地方の経済、生活がある程度落ち着くまで良くならない。
		衣料品専門店(経営者)	・東日本大震災の影響で、商品を作っている工場で品物が入らなくなって閉鎖しているところもあり、商品が入荷しなくなっている。
		その他専門店〔布地〕(経営者)	・福島第一原子力発電所事故の鎮静化が図られなければ、消費者は金を使う気持にはならない。
		一般レストラン(経営者)	・国内外特に中国、韓国からの旅行者が激減しており、影響がある。
		一般レストラン(店長)	・東日本大震災の影響がどのように出てくるのかが分からないので、先行きは不安である。
		都市型ホテル(総支配人)	・福島第一原子力発電所の修復スケジュールからみて、最低でも9月までは影響を受けることが予想され、観光業界としては現在のところ打つ手がない状態である。様々なイベントの自粛はかなり緩和されてきているが、宿泊関係、宴会関係も前年を大きく下回っている。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響を踏まえると状況は悪くなる。
通信会社(通信事業担当)		・現在の見込客などの推移から、しばらくは新規加入の増加は見込めない。	
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		木材木製品製造業(経理担当)	・東日本大震災後の自粛ムードもやや落ち着きをみせている。
		鉄鋼業(総務担当)	・今後、震災復興向けの鋼材需要や自動車関連の生産も徐々に回復していく見込みである。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・東日本大震災前に比べ5～6月は生産が安定し景気が上向く。
		輸送用機械器具製造業(経営企画担当)	・かなり震災からの復旧に期待を持った受注内示量を受けている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	通信業（営業企画担当）	・夏場に向けた計画停電等の影響により、西日本方面へのシステム移管や分散などの動きが進んでおり、システムが安定することにより通常の景気に回復する。
		化学工業（総務担当）	・東日本大震災の影響等今後の動向は不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・東日本大震災によるグループ内被災工場の製造応援があり、生産量は高水準が見込まれるが、応援分を除くと生産水準は低調である。
		鉄鋼業（総務担当）	・当面は東日本大震災の影響が続き、回復はもう少し後になる。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・東日本大震災による販売先企業の操業低下の影響を受けている製品も一部にはあるが、一方で供給企業の中にも震災によって需給がひっ迫している製品があり、全体としては大きな変化はみられない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・東日本大震災の影響で部品が安定的に確保できる状況にない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・今後の電力不足に加え、消費の低迷や震災の復興までになお時間を要する。
		輸送業（統括）	・東日本大震災の影響で低下していた受注品目が動き始めるが、燃料代などの経費が高騰するため、結果的にはあまり変わらない。
		輸送業（運送担当）	・震災復興の兆しがみえない限りしばらくは景気も回復してこない。
		金融業（自動車担当）	・企業の操業度は徐々に回復してくるが、依然としてサプライチェーンの不安定さから生産水準は黒字確保レベルには及ばない見込みである。
		金融業（営業担当）	・東日本大震災による負組企業の市場退場が早まる可能性は高いが、ある程度の経営管理が行き届いている企業は現状のまま推移する。経営能力の高い企業は多様な打開策を立案して実行に移しており、良くなるとはいかないまでも、過去の実績が表している通り、現状維持レベルで推移するため、全体として今後3か月についてもおおむね変動はない。
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響で商品アイテムが減少しており、売上が想定以上に減少している。
		食料品製造業（業務担当）	・東日本大震災後スーパー関係で商品入替の発生や、高速道路料金見直しによるサービスエリアの売上低下など、不安定要因が多いので良い方向性が見出しにくい。
		化学工業（経営者）	・当面は東日本大震災前の状況までは回復するものの、当初予定されていた増産計画は見直され、下方修正される見込みである。
		金属製品製造業（総務担当）	・鉄などの原材料価格の値上懸念があるとともに、震災により材料調達ができなければ操業への影響は避けられない。復興需要への期待もあるが、先行きの不透明感の方が強いいため楽観視はできない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・東日本大震災による影響で、今後の国内市場における売上の大幅な落ち込みが懸念される。
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響で原価コストは上昇が予測される一方、受注価格の上昇は期待できない。
		広告代理店（営業担当）	・イベント、祭り、ライブなどではしゃぐことがはばかれる雰囲気県内を覆っており、2、3か月ではこの空気は変わらない。
		会計事務所（職員）	・公共工事を受注している会社の業績が一気に落ちている。今の状態でこの先受注高が大幅に回復する可能性は少ない。現在借入限度枠一杯の状態で資金を回している事業所にとって、今後の銀行の対応次第では倒産の事態も避けられない状況になってきつつある。
悪くなる		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注価格の大幅値引きに対応せざるを得ない状況にある。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・東日本大震災の影響で販売も大きく落ち込んでおり、今後の受注が心配される。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の影響のほか首長の交代に伴う公共投資見直し等の方針で、建設関係の先行きは全く不透明となっている。
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響と引き続き不安が解消されない福島第一原子力発電所事故の影響がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コピーサービス業（管理担当）	・震災関連不況で仕事がなく、すでに大型連休のような状況になっている客が何社かある。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（支社長）	・東日本大震災による自粛ムードが収まりつつあり、経済を動かすことの必要性が認識され、浸透してきている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・臨時雇用や期間を限った採用等で求人数は増加しており、求人倍率も上昇傾向にあり、今後もこの状況は変わらない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今後東日本大震災の影響が西日本地域にどの程度波及してくるか不明であるが、現時点で安定した求人があるので変化はない。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災の被害による自動車関連企業の低迷から、関連業種以外にも間接的な影響があり、求人が活発化していない。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災による生産活動への影響はしばらく続く見込みであり、雇用調整助成金の活用を9月まで検討している取引先企業もある。今後2、3か月については何とか現状を維持し、生産回復による派遣求人の増加を待ちたいが、先行きがまだ不透明である。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・東日本大震災の影響が一部で出ているが回復は早く、求人意欲は各社とも高い。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響により製造業の生産調整、観光サービスのキャンセルによる売上減少など求人意欲の減少がみられる業種もあり、この状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・化学関係を中心に製造業の業績は比較的好調で、下請企業を中心に求人意欲が高い。新規求職者数は現在昨年の前年同期と比較して10%前後減少した数字で推移しており、管内の経済情勢等考えると今後も求職者数が大幅に増加することは考えにくい。また現在まで東日本大震災の大きな影響はみられない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・東日本大震災以外に近辺で大きな影響を与える事態が発生する様子がみられない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広告担当）	・東日本に比べると企業の採用活動は採用スケジュールの変更など影響は少ないが、今後の見通しが立たないと予定通りの人数で採用内定を出してよいのか見通しがつかない企業も多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月の予約状況が前年比で50%というホテルもあり、このままの状況が続けばサービス産業を中心に雇用面にも影響が出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響で店頭の商品が並ばないこともあり、自動車、住宅を中心に雇用に大きく影響を受けている。
職業安定所（職員）		・東日本大震災の影響で一部にフル稼働の業種もあるが、部品が入らず製造工程をストップしている工場やキャンセルが相次ぐ旅館など、雇用調整助成金の活用を検討しているケースが多数あり、全体としてはマイナス面が大きい。	
民間職業紹介機関（人材紹介担当）		・東日本大震災の影響で製造業を中心に募集停止や内定者の採用月のずれ込みが発生している。	
悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・部品調達力の低下や電力制限などが生産性を低下させ、それが新たな雇用創出をはばみ、リストラや倒産が追い討ちをかけて国内産業の規模縮小を招く。	

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	コンビニ（店長）	・商品不足が解消されるにつれ、売上は回復している。売場が通常に戻ることで、客は安心して普段の生活に戻れる。
		衣料品専門店（経営者）	・自粛ムードは徐々に解けてきている。震災の復興需要も期待できる。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度終了の反動で、4月のテレビの売上実績は悪かった。しかし今後は、地上デジタル放送移行に伴い、テレビの売上は上昇してくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・メーカーの生産見通しが7～8割は立ってきた。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖かくなるとビール等水物が売れてくるため、売上は増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		旅行代理店（支店長）	・自粛ムードも底を付いた感がある。有名テーマパークの営業再開や、政府の国内旅行需要喚起政策に期待をしている。	
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先は、東日本大震災による自粛ムードが緩和され、状況は良くなるであろう。予約状況をみても、いったん止まっていた予約が徐々に戻りつつある。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅取得の前倒しが発生する。	
	変わらない		商店街（代表者）	・地元商店街が綺麗になったため、少しは活気が出ると思う。
			一般小売店〔酒類〕（経営者）	・自粛ムードは払拭されると思うが、ビールメーカーからの商品供給が不安定なので楽観視はしていない。
			一般小売店〔生花〕（経営者）	・東日本大震災に伴う消費低迷のため、居酒屋やスナックなどで閉店した店もある。しかし、自粛ムードは収まりつつあり、人の動きも消費も活発になるであろう。
			百貨店（営業担当）	・婦人プレタ服、紳士スーツ及びネクタイ等のビジネス関連、寝具等が苦戦した。一方、宝飾品・美術・呉服等の高額品が前月に比べて動きがみられた。また、ファッション関連商品についても好調に推移した。
			百貨店（販売促進担当）	・今後、ギフト時期になってくるが、東日本大震災の影響で商品確保が難しい。また、贈答を遠慮する人も増えてくると思う。
			スーパー（店長）	・上昇傾向であるが、東日本大震災の影響が不透明である。
			衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災後の景気の見通しが立っていない。
			衣料品専門店（副店長）	・東日本大震災の影響は弱まりつつあるが、いまだ消費は低迷している。2～3か月先は、震災からの復興度合いによると思う。
			家電量販店（店員）	・客数、販売数ともに大幅に伸びる気配がない。
			家電量販店（営業担当）	・6月中旬頃までは、現在の状況が続くであろう。
			乗用車販売店（従業員）	・年内は赤字の状態が続くと予想され、来春の決算まで持ち堪えることができるかどうか不安である。
			乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響で、自動車の生産状況は先行き不透明である。
			乗用車販売店（従業員）	・部品不足から自動車生産は低迷しており、今後もこの状態が続くであろう。東日本大震災の影響で、ユーザーの購買意欲は低下している。
			乗用車販売店（役員）	・当分は景気の悪い状態が続くと思う。今は、受注に力を注いで頑張るしかない。
			タクシー運転手	・東日本大震災の影響で、2～3か月先も自粛ムードが続くであろう。
			通信会社（支店長）	・国内、県内の景気状況を考えると、今後の大幅な売上拡大は望めない。
			通信会社（企画）	・地上デジタル放送移行を迎えるが、現状と同じ程度の引き合いしか見込めない。
	設計事務所（所長）	・耐震関係と、医療・福祉関係以外には、明るさがみえない。		
	やや悪くなる		商店街（代表者）	・東日本大震災の復興景気より、自粛ムードが勝る可能性が高い。
			商店街（代表者）	・東日本大震災による消費マインドの低下が長期化し、地域経済にも大きな影響を及ぼす。
			百貨店（営業担当）	・夏物の商材が、なかなか手に入らない。このような状況では、2～3か月先も厳しい状況が予想される。
			百貨店（売場担当）	・東日本大震災の影響は予断を許さない。また、各種景気対策が終了し、逆に増税の可能性が出てきたため、消費拡大は考えられない。
			スーパー（店長）	・物資は徐々に戻ってきているものの、店頭での品切れ商品がまだ多数ある。品切れの解消には程遠く、売れ筋商品が欠品していることもある。また、気温の上昇も今一つであり、今後好転する要素が見当たらない。
			スーパー（店長）	・新規競合店出店により受けた影響の反動効果が薄れており、また、東日本大震災の復興に係る様々な財政出動が消費に悪影響を及ぼすと考える。
スーパー（企画・営業担当）			・夏に向け、節電・節約意識が強まり、消費に大きく影響する。一方、食料品などの生活必需品については、当地区ではさほど影響はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（統括担当）	・東日本大震災の影響で、食料品・水など生活必需品の需要があったが、5月以降は徐々に落ち着いてくる。
		スーパー（財務担当）	・東日本大震災は、しばらくの間、経済活動にマイナスの影響を与える。
		コンビニ（総務）	・今後も、東日本大震災の影響が様々な面に出てくると思う。消費への影響は特に長く続くであろう。
		コンビニ（商品担当）	・東日本大震災の影響が、非震災エリアにも広まりつつある。酒類・飲料・タバコ等は、需要に見合った商品の確保が困難になるであろう。
		衣料品専門店（総務担当）	・4月の売上は前年対比で上向いているが、このところ客の消費意欲は減退している。震災の影響が足元の景気にまで広がることを懸念する。また、取引先に話を聞く限り、業績が上向いているところは少ない。
		観光型旅館（経営者）	・4月はキャンセルが相当出た。ゴールデンウィーク以降は持ち直しを期待するが、観光業界は全体的に見通しが立っていないため、6～8月の売上は、前年比2割程度の減少と予想している。
		タクシー運転手	・4～6月は、例年遍路客が多いが、今年は東日本大震災後にキャンセルが多くあり、例年より3～4割程度減少する見込みである。
		競艇場（職員）	・ナイター開催やゴールデンウィークレースが予定されているが、一時的な売上の増加に留まるのではないかと懸念している。東日本大震災前の景気の停滞感が、震災後に一層強まった感があり、売上減少傾向の長期化は避けられない。
		美容室（経営者）	・消費を控える傾向が今後も続く。
	美容室（経営者）	・震災復興に向けた増税、子ども手当の減額、高速道路料金割引の見直しなど、消費生活に影響する話が出てきているため、節約傾向はますます強くなる。	
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・東日本大震災直後は一時的に特需があったが、最近は品不足が頻繁に起こり、原材料費が高騰してきた。それを売値に転嫁できるかどうか心配している。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気の悪化から、消費者の財布のひもがますます固くなるであろう。ビールの生産工場が被災し、商品の供給が難しくなっており、夏に向け心配である。
		スーパー（人事）	・放射線汚染は長期化する懸念があり、消費マインドに影響を及ぼす。たばこやビールは、製造に支障をきたしており、欠品も出ている。震災以前の状況には簡単に戻りそうにない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で、購買意欲が低下している。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災による直接的な影響はないが、買い控えムードがあるため、販売量が伸び悩んでいる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・東日本大震災の影響がまだ続くと思う。
		都市型ホテル（経営者）	・今後、人の動きは出てくると思うが、原子力発電所の問題が完全に収まらないことには、人が自由に動けないし、ビジネス活動にも制約がかかる。
		設計事務所（職員）	・年度当初予算では、公共事業は大きく低下する予定であったが、東日本大震災により、更に5%の減額が見込まれている。建設関連事業においても、受注確保が一段と難しくなっており、さらに、価格競争による低価格受注が増え、利益を確保し難い状況である。
	企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）
やや良くなる		一般機械器具製造業（経理担当）	・今後、部品メーカーの生産体制が整うものと思われるため、生産活動は徐々に正常化してくる。
		広告代理店（経営者）	・自動車の生産再開により、得意先の販売広告は回復が見込まれる。また、大手流通得意先の四国エリアへの新店計画も決定している。
変わらない		農林水産業（総務担当）	・東日本大震災後の自粛ムードの解消や、原子力発電所事故の収束の見通しが立たない。
	繊維工業（経営者）	・消費者は、不要不急のものは購入しないが、日用雑貨で良いものがあれば購入している。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・資材関係では、ナフサを使った商品や薬品が出てきたが、思うように生産・販売ができないのではないかと心配している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		鉄鋼業（総務部長）	・生産能力面から、震災による特需への納期対応が精一杯であり、大幅な受注増は望めない。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の影響で、材料難、材料高が予想される。
		通信業（総務担当）	・夏場に向け、電力消費削減の施策が想定されるため、生産活動の正常化が見込めない。
	やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）	・国内食品業界への信頼感が揺らいでおり、生産量の減少による価格の高騰が予想される。食に対する目が厳しいものとなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災後、震災関連の受注が入ってきているが、電気・電子関係部品、部材の調達が進んでいない。現在の状況では、受注が全部こなせるかどうか不安である。
		通信業（部長）	・震災の影響から商品の調達が遅れ気味で、この傾向は秋口まで続く見込みである。ただし、影響を受けないメーカーもあるため、商品の選択次第で影響を抑えることが可能である。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災の影響で、客の不動産に対するマインドはかなり冷えている。少し落ち着くまで、不動産は動かないであろう。
		広告代理店（経営者）	・2～3か月先も、東日本大震災の影響は大きく、予断を許さない。
		公認会計士	・経営者の方々との話では、ホテル業界やゴルフ場でキャンセルが相次いでおり、震災の影響が色濃く出ている。また、飲食店でも客数が減少しておりし、建設業では資材不足の影響があると言う。こうした意見を総合すると、景気は一段と悪化すると考えざるを得ない。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響が一段落するまでは、景気の見込みは立たない。このままでは、来期以降も受注量の大幅な落ち込みが懸念される。
輸送業（支店長）		・東北から生産拠点や倉庫拠点を移設するとの話があるが、時間を要するものばかりである。また、保管物の移動が実施されるとしても、関西圏止まりである。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・材料の調達が困難なため、生産調整を余儀なくされている企業からの求人が見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・東日本大震災が求人に与えるマイナスインパクトはさほどない。
		職業安定所（職員）	・建設資材を増産するといった良い話も聞く一方で、震災の影響によるサプライチェーンの乱れ、部品の不足等の相談も受けている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の影響により、採用時期を先延ばしする動きもあり、求人の動きは不透明である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業）	・人の動きが控えめになり、消費が低迷すると、さらに自粛傾向が強くなる。本当の景気低迷はもっと先になりそうである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・東日本大震災の影響が、復興モードに変わるまでは、県内製造業はまだ底の状態である。雇用は新卒、中途ともに足踏み状態であり、この状況は7月頃まで続くであろう。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・東日本大震災の影響により、求人数は減少すると見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・原子力発電所関連の賠償問題や、震災復興費用の負担のため、電気料金や税金が上がるであろうし、ガソリンの値上がりも予想される。また、製造業の立ち直りもまだだろから売上は低迷し、家計は急速に生活防衛に傾く。
		職業安定所（職員）	・3月まで減少傾向にあった雇用調整が、再び増加する懸念がある。
民間職業紹介機関（所長）		・本年度の新卒採用を前年並みか縮小する企業が多い。また、中途採用も、従来よりハードルが高くなっており、書類選考でも、より厳しく精査する傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	ゴルフ場（従業員）	・東日本大震災後は来場客の減少が危惧されたが、九州新幹線の全線開業の効果が徐々に出てきており、ゴールデンウィークから6月まで、福岡県、山口県、広島県等の客から予約が入っている。身の回りの状態はすごく良い状況になっており、当地のゴルフ場周辺の景況感は上向きの状態である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客は3、4月で我慢している分、少し動きが活発になっており、消費活動も活発になっている。これからは良くなると判断する。
		商店街（代表者）	・周りの様子は、東日本大震災後の自粛ムードから経済活動を活発にしていかなければならないという機運になっており、景気は少しずつ良くなる。
		百貨店（売場主任）	・夏の節電対策で半袖シャツやショートパンツ、ポロシャツ、ステアコ等夏物衣料品の動きが良くなる。
		コンビニ（販売促進担当）	・売上は、5月の中旬からタバコが入荷することで持ち直し、販売はほぼ横ばいと、良い方向で推移する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・買い控えも緩やかになり、売上は少しずつ伸びていく。
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本大震災による買い控え、もしくは自粛ムードが若干和らぎ、通常の状態まで回復する。
		家電量販店（総務担当）	・節電商品と地上アナログ放送終了前の駆け込み需要が期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・6月くらいまでは東日本大震災の影響で生産ができないため、新車登録に結びつかず厳しい状態が続く。しかし生産が通常通り開始されると、その後は良くなる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・今後2、3か月先は、夏場のアイスコーヒーの需要が急激に高まる。特に7月は夏場の冷たい飲料と中元シーズンでギフト物の需要が伸びる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・東日本大震災後、一部商品の供給も十分ではなく、震災前の消費生活に戻っているとは言い難い。震災の復興が進めば、商品の供給不足も解消され、消費生活は普通に帰り、震災前のレベルに回復する。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・3月11日の東日本大震災以降、購買力は低下傾向にある。九州に直接的な被害はないものの、客は必需品以外の購入を控えている様子がある。3月と比べると、4月中旬以降、持ち直しつつある。まだ通常状態に戻っていないものの、地震の影響が薄れ、景気は回復基調になる。
		高級レストラン（専務）	・夏休みまでは東日本方面への旅行需要が少なく、九州方面への客が増える。
		観光旅館組合（職員）	・海外、特に韓国からのツアー再開等により、現状よりは良くなる。
	観光ホテル（総務担当）	・福島第一原子力発電所問題に解決への道筋ができれば、九州新幹線全線開業の効果も現れ、景気はやや上向く。	
	旅行代理店（従業員）	・4月に入り、問い合わせや来店が増加傾向である。直近よりむしろ夏場への問い合わせが多く、秋の修学旅行が、関東、関西から九州へシフトしており、宿泊予約が取りづらい地区もある。	
	テーマパーク（職員）	・前年は口蹄疫の影響でマーケティングの仕込みを自粛せざるを得なかったが、今年は一昨年に相当する仕込みを予定している。夏休み期間に入るため、国内外からの旅行需要が期待される。	
	変わらない	商店街（代表者）	・行き過ぎた自粛傾向があるため、ここ2、3か月はこの状況が続く。3か月先になれば少しずつ上向いていく。
		商店街（代表者）	・新聞等により増税等が言われているが、消費者の財布のひもはかなり固く、景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・しばらくは、現状のような揉み合い状態が続く。この難局を乗り越えることができれば、これをバネに、景気は良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・客の購買意欲をそそるような情報がなく、不安材料の方が多い。プラス材料が出てくるまで、かなり難しい状態が続く。
		百貨店 (営業担当)	・衣料品の購買意欲は依然伸びず、客は食品及び物産催事で満足を得る傾向が続いている。買上単価、レジ客数の回復の兆しや一部店外催事での明るい材料はあるが、買い控えと購買意欲減退の傾向は今後も継続する。
		百貨店 (営業担当)	・客の様子をみても、東日本大震災後の景況見通しが不透明である。
		百貨店 (売場担当)	・周辺と同業他社はおそらく現状維持でいく。ただ一部の商業施設で観光客の減少により、土産の売上が落ちており、全体でも15～20%の減少となっているという話もあり、若干懸念材料になる。しかし婦人衣料が好調で、前年比100%を超えるとのことである。安い価格帯の商品、店舗をそろえている商業施設でもかなり売れているとのこと、おそらく前年比100%を超える。当百貨店は今後、競合他社の閉店セールの影響を受けるため若干悪くなるが、市況的には前年比100%を超える状況であり、とりあえず現状維持が続く。
		百貨店 (企画)	・東日本大震災の影響による買い控え傾向は、今月に入り徐々に解消されつつある。しかし、観光地にある支店の売上回復は、観光需要の浮揚にかかっているため、時間がかかる。観光が活性化しなければ観光従事者の雇用及び収入へ大きく影響し、買い控えの傾向は当分続く。
		百貨店 (業務担当)	・今後、復興支援による国民負担の問題、子ども手当の問題が発生する。客の会話のなかでも、そんな不安な声をよく耳にする。消費マインドの回復が今後を左右する。
		スーパー (経営者)	・東日本大震災による今後の動向や政治が不安定であるため、客は消費活動への迷いがある。今後もこの状況が続く。
		スーパー (店長)	・被災地に送る商品の購買が落ち着いてきており、今後は通常の月と変わらない状況となる。クーポンや特価等で仕掛ければ売上は上がる。
		スーパー (店長)	・ガソリン価格の値上がりはまだ続いており、食品自体が東日本大震災後、元通りに回復ができていない状況である。完全に商品がそろってない状況であり、2～3か月先もこの状況が続く。
		スーパー (店長)	・全体的には消費マインドが上がらない傾向であるが、外食から家庭で食べる食事の回数が増える。加えて、遠出ではなく近場で済ます傾向にあるため、ローカルスーパーには追い風である。食材も県内産の消費が高まり、衣料品についても順次回復すると思われるが、貴金属、旅行用バッグ、高額バッグなどのし好品は、当分厳しい状況が続く。
		スーパー (経理担当)	・急激な回復は見込めない。長期に渡って緩やかに戻る。
		スーパー (業務担当)	・商品製造の原料確保は、東日本大震災の影響で多岐にわたって困難を極めている。客の精神的なダメージのみならず、物的に絶対販売量が確保できない状況が続く。
		コンビニ (経営者)	・現状の消費マインドが急速に変化するとは考え難い。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店 (店長)	・東日本大震災の影響で客の消費マインドは一気に冷え込むと心配したが、思ったより冷静で、欲しい物は買うという姿勢がみられる。この状況は変わらない。
		衣料品専門店 (店員)	・自粛ムードが和らぎ、外出が増えるため、客足は戻る。しかし、節電の影響で室内温度が上がるとファッションに対する購買意欲にも影響があるため、総じて前年と変わらない。
		衣料品専門店 (取締役)	・3か月先の7月はセールの時期である。心理的な落ち着きも出てきているため、買上点数を増やし、前年と同じくらいで推移する体制づくりをする。特に良い材料はない。
		乗用車販売店 (総務担当)	・メーカーの完全復旧が年末との情報もある。今後2、3か月は現状の最悪状態が続く。
		住関連専門店 (店長)	・ゴールデンウィーク明け頃から、東日本大震災の影響で品薄になっていた商品を安定供給できそうである。爆発的な売上の増加はないが、通常の売買ができるようになり、売上は安定する。
		その他専門店〔書籍〕 (代表)	・東日本大震災の影響で心理的に購買へのブレーキがかかり、出控えも発生していたが、新しい年度を迎え、人の動きが少し活発になってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・観光客の動向がつかめず売上の予測がつかない。特に賞味期限の短い商品の仕入れが大変である。8月までは今のよう状況が続く。
		高級レストラン（従業員）	・東日本大震災の影響で3月の売上より4月の売上の方が落ちている。
		一般レストラン（スタッフ）	・客の様子をみても、良くなる要因が少ない。
		スナック（経営者）	・東日本大震災による客の自粛ムードは今後もまだまだ続く。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・東日本大震災により東日本は大きな被害を受けたが、当地は、客の流れが良い。
		都市型ホテル	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の影響がどこまで続くかがみえない。厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・東日本大震災による被害は1、2か月の問題ではないので、客足が回復するのは来年以降の話となり、しばらくは今の状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所問題を含め、東日本大震災の被害状況にある程度の収束見込みがみえないと国民そのものが景気を上向きにする気持ちにはならない。厳しい状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・市場に飽和感があり、打開策がみえていない。
		美容室（経営者）	・2、3か月先の夏に向かって、商品や客の生活の範囲が広がり、市場は活性化する時期になる。しかし4、5月の新入社員等が多くなる時期に動きがなく、良くなる要素がない。今後も今と同じような低迷した状態が続く。
		美容室（店長）	・今の状態では景気は変わらない。客は必要に迫られた時に、しかもその直前になって来店する状態が続く。
		設計事務所（所長）	・ここ1年ほど基本的な仕事量が減っており、ほとんど良くない状態が続いている。今後もその状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響がどうなるか、不透明の状態である。長期的にじわじわる悪くなる方向に向うことが懸念される。
		商店街（代表者）	・東日本大震災以降、各種減税の打ち切り、消費税率の引上げ等の購買意欲をなくす報道が相次いでおり、客の消費マインドは冷え込んでいる。今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・7月はウナギのシーズンであるが、全く先が読めない。今年のウナギの価格は高いようであるが、景気が悪い時に高い物が売れるのか、不安である。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新茶の入荷が多少遅れているため、今後の予想がつかない。仕入値も徐々に上がっており、今後の景気回復は期待できない。
		百貨店（販売促進担当）	・中元商戦に近づくが、東日本大震災の影響で中元商材を購入する客が減る。今後は厳しい状況となる。
		百貨店（営業企画担当）	・輸出の減少や海外からの観光客の減少、政治の不透明感等全国的に沈滞ムードが続いており、この状態がしばらく続く。
		スーパー（店長）	・東日本大震災による震災関連商品が売れ、特需が発生した前月の反動がくると、先行きは明るくない。その可能性は高い。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響は続き、節電、節約傾向の継続も続く。中元商戦あるいは高速道路料金引下げの廃止等、お盆商戦に関する帰省マーケットの需要が前年よりも大幅に減る。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の復興にはかなりの月日がかかる。自粛ムードは徐々に改善していくが、福島第一原子力発電所問題等先行きへの不安感、消費者の購買意欲を減退させ、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の影響によるエコ関連商品の動きに若干期待できるものの、全体的には自粛ムードが続き、夏場の中元、行楽商品の売上が減少する。
		スーパー（総務担当）	・福島第一原子力発電所等、東日本大震災後の復旧、復興の見通しが立っていないため、消費行動に力がない。また、今後、電力供給への不安懸念が払しょくされていないため、景気は悪化する。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店や東日本大震災の影響が大きいのしかかり、全く先がみえない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災での木材や合板等の資材の価格上昇や不足が心配されたが、復興にはまだ時間がかかり、一部資材のだぶつきがある資材屋もある。東南アジア産の家具の品質が大分良くなっており、国内メーカーとの価格差を品質で説明しにくくなっている。また消費者の購入単価は低く、景気も低迷しており、置き家具業界は今後も厳しい。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・福島第一原子力発電所の問題が解決できるかどうかにより日本経済の行方がかかっている。その問題の解決がない限り、書籍等の販売動向も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（経営者）	・2、3か月前は自粛ムードがなくなり、4月より少しは良くなる。しかし、この先夏に向かってもどのような状況になるかは全く読めない。九州では計画停電等の直接的な影響はないが、当店のような割烹料亭は、東京に本社を置く企業の支社が接待で使うことも多いため、今後、厳しい状況が続く。
		高級レストラン（支配人）	・客の様子をみると、東日本大震災の影響は大きく、今後も徐々に悪くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災によるキャンセルは落ち着いてきた。しかし従来あった、会議と懇親会の宴席が会議だけになり、売上に影響している。
		都市型ホテル（副支配人）	・夏場のインバウンドの予約がキャンセルになったまま動きがなく、夏から秋にかけて非常に不安な状況である。
		タクシー運転手	・とにかく客が出控え、買い控え、また風評被害等で全然動かない。ただ、なかには西の方から元気にならないと、日本がどんどんだめになる言う客もいる。
		タクシー運転手	・福島第一原子力発電所問題が解決しないことには、消費は回復しない。
		タクシー運転手	・例年気候の影響で当地の夏場は、ゴルフ客や行楽客が少なく、今年もあまり期待できそうにない。
		通信会社（管理担当）	・東日本大震災の影響により、今後はますます景気の悪化が懸念される。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災の影響が多少出てくるため、今後も厳しい状況となる。
		競輪場（職員）	・東日本大震災の影響があり、来場客が少ない。今後もしばらくはこの状況が続く。
		美容室（店長）	・客の様子から、今後も東日本大震災の影響が続く。
		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）	・東日本大震災の影響で、自粛ムードがあり、お金を使わない傾向が少しずつ出ている。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響が懸念される。合板や電線等の建設資材の入荷がないという理由で、工事が延びたり、家が建たなかったりするのではないかと懸念している。若干悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利が上昇傾向にあり、厳しい状況となる。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響は西日本にはなく、工場はフル稼働している状況である。消費税を上げるとか、国債の発行等の報道が多く売買意欲がなくなっており、景気は全体的に悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の直接的な影響はないが、ガソリンを始め商品の供給不足により、物価が上昇している。日本全体が今までの生活を見直すようになり、景気が一段と悪くなっている。今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・5月は母の日の需要が多少あるが、東日本大震災の影響で買い控え、自粛等があり、花の売上が伸びる見込みは全くない。新規の定期的な納品先の契約がない限り、景気が良くなる見込みはない。
		百貨店（営業担当）	・福島第一原子力発電所の問題の影響が一番大きい。小売業にとっても、外国人観光客が来ない状況のなか、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・前年は口蹄疫で非常に低迷したが、東日本大震災や福島第一原子力発電所問題の不透明な状況により当地の客の消費マインドが低迷しており、今後、更に落ち込んでいく。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災が客の心理状態に大きな影となり、購買意欲を落としている。景気はますます悪化していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・九州には東日本大震災による直接的な被害はないが、産業に対する被害は甚大なものがある。まず商品が入荷しない。製造ラインが止まっている工場もかなり多い。これから景気が悪くなる、給料が減っていくこと等を見込んでいる客も多く、安い物を購入する傾向がかなり強い。当店は前年5月アウトレット店に変わり、安い物を扱うことで支持を得ているが、これもいつまで持つかと、この先不安である。
		乗用車販売店（代表）	・東日本大震災の影響で新車販売が出来ない。中古車の流通量が減り、中古車の相場が上がる。
		高級レストラン（社長）	・官公庁が主に自粛を解かないとどうにもならない。客の様子をみる限り、今後も厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響が大きく、個人も法人も自粛ムードがある。
		通信会社（業務担当）	・5月も好転の材料がなく、厳しい状況が続き、販売数は更に落ち込む。
		通信会社（総務担当）	・当社の客の動きをみると、新規加入があっても、解約する件数も多い。今後もこうした状況は続き、景気は悪化する。
		ゴルフ場（支配人）	・東日本大震災の復興が九州経済圏にまで影を落としており、資材不足や電気料金値上げ等先行きは不安な状態となっている。個人消費が活発化しておらず、コンペ予約は依然として少ない。料金値下げによる来客数の獲得競争も依然として続いており、売上の増加は期待できない。
		競馬場（職員）	・地震の影響が相当程度、長期間にわたることが想定される。厳しい状況が続く。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・季節性商品の製造が始まる。販売は持ち直しつつあり、今後に期待される。
		家具製造業（従業員）	・家具は一番最後になるが、今後の復興に向けた需要には期待感がある。ガソリン不足や一部食料品不足も解消され、やっと普通の生活を取り戻しつつあり、内装工事等の需要も増えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の引き合いが増えており、価格は厳しいが、うまく受注につなげれば仕事量は増えていく。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産数の増量のため、8月まで装置導入計画がある。
		金融業（営業担当）	・東北地方の復興でグランドデザインが明らかになるにつれ、関東地方も息を吹き返し、現状より中小企業の業況は良くなる。
		広告代理店（従業員）	・広告への問い合わせ等企業の状況をみる限り、確実に上向いている。今後はやや良くなる。
変わらない	農林水産業（経営者）	・畜産を含む食品関係の東北地区の被害は大きく、復旧にはまだまだ時間がかかる。そのため代替供給としての役割がこの西日本地区に課せられており、3、4か月先の引き合いはまだ強い。加えて西日本地区の自粛ムードも少しずつ解消されつつあるので、今後の需要は大きく期待できる。	
	農林水産業（営業）	・良くなる傾向にはあると思うが、今より格段に良くなるものではない。消費動向を含めて全体的には、横ばいもしくは若干悪くなる傾向にあるかも知れない。	
	食料品製造業（経営者）	・景気の悪化と東日本大震災の影響で、当地への旅行客は大幅に減少しており、自粛ムードも継続していることから、今秋以降回復する兆しがあるとはいうものの、景気が悪い状況は当分変わらない。	
	化学工業（総務担当）	・東日本大震災の影響は、今後2、3か月程度ではなくならない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連はここにきて急速に良くなるとは考えられない。全般的に動きとしては非常に不透明な状況が続いており、この状況で今後も推移する。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・復旧次第ではあるが10月ごろまでは大きな変化はない。2、3か月後も現状と変わらない。	
	建設業（社員）	・見積する工事が少ない。2、3か月後は良くなってもらいたいが、工事が発注されて受注できたとしても、2、3か月後にやっと本体工事にかかるため、発注状況によっては、景気はもっと悪くなるのではないかと懸念している。	
	輸送業（従業員）	・東日本大震災の影響はかなり大きく、当面は回復には向かない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（総務担当）	・九州から関東方面へ行っても帰りの積み荷がなく、荷動きがまだまだ戻らない。関東、東北方面の生産量が戻らないと荷動きの悪い状態が続く。
		金融業（営業職涉外係）	・建設等の復興需要はかなり見込まれるが、福島第一原子力発電所問題の先行きが不透明であり、景況感は今と変わらない。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上動向が横ばいに推移しており、今後もこの状況が継続する。
		経営コンサルタント（社員）	・当面新しい動きはない。受注量、受注価格にしても停滞気味の状況が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・順当に考えれば、今よりはかなり良くなっていく。ただ、福島第一原子力発電所の事故に伴う電力の供給量の減少が企業にどの程度影響を与えるのかで大きく変わるという不安要素を持っている。これがある程度明確にならない限り、かなり厳しいが、もし回復すればかなり好転する。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・飼料価格が上がっていることが大きな問題である。今の局面での飼料価格の値上がりは大変厳しい。販売についても厳しい状況であり、今後はやや悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場に向かって、焼物業界は通常でも悪くなるが、東日本大震災の後ますます悪くなると危惧している。
		鉄鋼業（経営者）	・復興の見通しが不透明であり、さまざまな業種で国内需要が落ち込むことが懸念される。また資材、人手不足等も重なり、西日本地区の建設需要は低迷する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今の段階では生産が平常に戻ることは考えられない。何か経営の状況をコントロールしなければ、今後の景気の状況はみえない。2、3か月後に、景気が良くなるのか、悪くなるのか、あるいは今までの現状維持となるのか判断ができるようになる。
		輸送業（総務）	・復興支援も含めて被災地以外のエリアでの活発な経済活動を期待しているが、福島第一原子力発電所の問題もあり、海外との取引の影響を考えると先行きが不安である。
		通信業（職員）	・しばらくは材料の価格高騰が続き、厳しい状況が続く。
		通信業（経理担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束が一向に進まず、電力供給の見通しが不安定であり、厳しい状況である。
		金融業（調査担当）	・サプライチェーンの崩壊による稼働率の低下が自動車産業等一部製造業でみられ、水産業では在庫の一部が震災の被害を受けた取引先もあり、九州でも震災の影響が景気を若干下押しする。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災の影響を見極めるための様子見が増える。
		その他サービス業【商品リース】（役員）	・九州地区での東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の影響は少ないと想定していたが、供給面の制約から取引先で設備投資の一時的繰延、見直し等の動きが出ており、当面は企業、個人共に諸活動が消極化する。
	悪くなる	金属製品製造業（企画担当）	・当社は公共投資関連の依存度が比較的高い。今回の東日本大震災の復興関係へ相当の予算がまわされ、当社が関係する業界への予算が相当程度縮減される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が大き過ぎる。自動車関連がどうなるのか、あるいは原発の状況により更に輸出が悪化するのか全く先がみえない。
		建設業（従業員）	・東日本震災の影響で現在工事中の材料が入荷困難になってきている。そのため、工期が延び資金繰りにも影響が懸念され景気は悪化する。
		金融業（得意先担当）	・当地区は観光産業に依存している企業が非常に多いところであるので、ゴールデンウィークをきっかけに人の移動が活発化することで景気回復につながってほしいという声が多く聞かれる。ただ、福島第一原子力発電所事故についての今後の見通しが未だ立っておらず、多くの企業の代表者が危機感を非常に強くしている状況下にある。事故処理が長引けば長引くほど企業の業績に与えるダメージは大きくなる。
		広告代理店（従業員）	・販売店の4月の折込枚数は前年比91%と1割近い減少である。言うまでもなく3月の東日本大震災以降、広告の自粛や通信販売のオペレーションセンターあるいは物流センターが機能しないなど、企業の日常業務が回復しないため、商品の供給が万全でなく、折込チラシが出せなくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・東北地方に営業所がある調査会社などのコンサルタントは、当該地域での官公庁の仕事が激減していることから、九州に営業所がある企業は、九州の仕事を受注しようとしている。このため、入札時に予算の3割や4割で落札するなどダウンピングが激しくなっている。このあおりを受けて、福岡の地場の企業は、受注量が減少する傾向にある。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当者）	・東日本大震災の復興支援策が、現在よりも具体化し、少しでも明るい兆しがみえる可能性がある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・例年は中元時期の注文があるが、今年は東日本大震災の影響があり、あまり期待ができない。現在でも影響を受けている企業があり、出勤日を休みにしてもらいたいという要望もある。
		人材派遣会社（社員）	・被災地の復興の目途が立たないとイベント関係の復活はありえない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響は九州でも出ており、資材の調達に難しくなっている。その分、生産力を上げられない、求人できないという悪循環になっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後、生産拠点のシフトが進めば求人も増加するが、素材等の調達ができるかが鍵となる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響による経済活動の縮小と国の施策による雇用創造の先行きが不透明であるため、現状ではどちらとも言えない状況にある。
		職業安定所（職員）	・企業間で差があるものの、企業への訪問等の状況から以前より業況の改善がみられる企業も多く、新規求人数も8か月連続で前年同月比増で推移している。しかしながら、主に製造業で東日本大震災の影響で受注が減少し、業績が悪化する等不安要素もあり、全体としては変わらないと判断する。
		職業安定所（職員）	・多くの産業分野で新規求人数が伸びてきているものの、旅館、ホテルのキャンセルや製造業における休業等、東日本大震災の影響も出てきており、当面変わらない。依然として予断を許さない状況となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の影響もあり、企業の雇用に対する意識が薄れて、当面は現状維持が続く。ただし、一部製造業では増員の動きもあり、早期景気回復を期待したい。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・連休明けると消費も一段落するので、例年求人も少なくなる。夏の商戦を控え、しばらくは求人意欲も低下する。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2、3か月先に九州経済に震災の影響が出始める。中国や韓国等アジアからの観光客の動向次第では更に悪くなる。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で部品が入荷されないと雇用調整を考えるとといった事業主からの相談が増加した。今後、震災の影響が表面化していくことになる。	
	民間職業紹介機関（社員）	・東日本大震災の復興を目的とした計画が大きく動いていないため、先行きははっきりしない。消費の冷え込みによる人員削減の傾向もみえてきている。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・西日本地区は特需があるかもしれないが、全体的には落ち込みが避けられない。	
悪くなる	職業安定所（所長）	・東日本大震災の影響により、多くの業種に資材、部材等の不足が見込まれるなど、今後の経済情勢に大きく影響をもたらす。	
	民間職業紹介機関（支店長）	・3月末の終了者数が前年同月比20%の増加であった。明らかに東日本大震災の影響である。一方で、4月新規契約数は前年同月比25%減である。リーマンショック以上のマイナス影響が、今年度いっぱい続く。	

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	・販売量の減少は東日本大震災による将来への不安から来るものと推測され、今後も客の財布のひもは固いとみられる。
コンビニ（経営者）		・経済的に厳しい状況が続くなかで、節約をする人が多くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・街全体にあまり活気が感じられない。客も、以前と比べて購買意欲も少し減っているような感があり、東日本大震災後は特にその傾向が顕著である。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・まだ東日本大震災の影響による旅行自粛が大きく、予約状況としてもかなり鈍化しているため、この状況は続く予測する。何とか夏場までには少しずつ市場が動き出せば良いが、なかなか動き出す傾向がみられない。
		ゴルフ場（経営者）	・東日本大震災が拍車をかけた形ではあるが、それ以前から基本的に低単価の傾向があり、かなり低い水準で夏場を迎える状況であるのではないかと予測している。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・東日本大震災の影響による資材調達の悪化が、現在のところ、予想したほど出ていない。ここ数か月は、このままの状況で推移するとみている。ただ、下半期からは、復興需要が本格化し、建設資材への影響が出てくると予想される。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・東日本大震災後、入域観光客数も減っている。観光産業従事者相手にも商売を行っており、県内経済が浮上してこないことには、小売店としても厳しい状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・客数は既存店で前年比98.9%と堅調に推移するも、東日本大震災の影響による消費マインドの低下、商品供給体制の滞り、また競合与件等の影響により、今後2～3か月の客単価アップの可能性は低く、今後も厳しい状態が続くと考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、観光客の絶対数の減少と、商品供給不足による客数離れがしばらく続き売上低下への影響が出るとみる。地元の固定客をつなげ止める特効薬的な施策もみつかからない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災が影響し、景気の回復が望めない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・7月の夏の観光やエイサーイベント等などの盛り上がりなどに期待しているが、梅雨のシーズンまではあまり期待できない。
		旅行代理店（代表取締役）	・東日本大震災の影響で、しばらくは旅行者は伸びそうもない。
		悪くなる	商店街（代表者）
	コンビニ（経営者）		・東日本大震災の影響で工場の生産が止まり、商品の入荷が今よりも困難になっていくと予想する。
	コンビニ（エリア担当）		・東日本大震災の影響は、今後も続く予想される。特に観光客の減少は夏ごろまで続き、県経済にはマイナス影響が生じると予測する。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）		・沖縄は1か月遅れで変化が出る。5月は現在予約状況が悪く、先が読めない状態にある。
その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・今後2、3か月先も東日本大震災の影響で沖縄観光は厳しい状況が予想される。		
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・9月までに新規契約案件があり、本稼動に間違いなく入る見通しで、年内にプロジェクトルームが足りなくなりそうである。しかしながら、契約単価は低い。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事の前年度工事等が継続の見通しである。
		建設業（経営者）	・新規の引き合い件数の動きが鈍い。
		輸送業（代表者）	・東日本大震災や原燃料価格の高騰など不安要素は多いが、すぐに落ち込むことは無さそうである。
		広告代理店（営業担当）	・東日本大震災や原発問題に端を発した経済問題は、いまだ収束の見通しが立たない状況にあり、県内においても基幹産業である観光業界が大きくダメージを受けていることを考えると、様子見の企業心理がしばらく続くのではないかとみている。
	やや悪くなる	輸送業（営業担当）	・東日本大震災の影響での食料品以外の買い控えや、遊戯施設の利用、祭事ごとの開催自粛などは収まっているが、国内外の観光客の減少は確実に県内景気へ悪影響を及ぼす。更に燃料の大幅な高騰も追い討ちをかける形になってくる。
		コピーサービス業（営業担当）	・東日本大震災の影響で特殊な用紙が確保できず、用紙・インクの価格上昇も予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	会計事務所（所長）	・東日本大震災と円高がじわりと消費者の可処分所得を減少させる傾向にある。当面は、消費マインドは改善せず、景気悪化の状況が続くものと想定される。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	求人情報誌製作会社 （営業担当）	・まだ東日本大震災の影響等が収まっていないため、良くなりないとみている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（総務担当）	・派遣先の企業の一部では、スタッフの契約延長や更新無しで、自社の社員でなんとかやりくりするなど、東日本大震災の影響があらゆる業種に及んでおり、長期化する。
		求人情報誌製作会社 （総務担当）	・東日本大震災の影響か、4月の後半から求人数が若干減ってきている。ゴールデンウィーク明けの動向次第で今後の見通しがみえてくる。
悪くなる	—	—	